

SÉNAT

PREMIÈRE SESSION ORDINAIRE DE 1976-1977

Annexe au procès-verbal de la séance du 21 octobre 1976.

RAPPORT D'INFORMATION ⁽¹⁾

établi au nom de la Délégation parlementaire pour la Radiodiffusion-Télévision française (2) instituée par l'article 4 de la loi n° 74-696 du 7 août 1974.

Par M. Dominique PADO,

Président de la Délégation

Sénateur.

(1) Le même rapport est déposé à l'Assemblée Nationale par MM. Jacques Blanc, Georges Fillioud, Jack Ralite, *vice-présidents*, sous le n° 2724.

(2) *Cette Délégation est composée de : M. Dominique Pado, sénateur, président ; MM. Jacques Blanc, Georges Fillioud, Jack Ralite, députés, Jean Fleury, sénateur, vice-présidents. Membres : MM. Jean Boinvilliers, Henri Ginoux, Joël Le Tac, Maurice Papon, Jean de Préaumont, députés ; Henri Caillavet, Félix Ciccolini, Jean Cluzel, René Monory, sénateurs.*

Mesdames, Messieurs,

Le rapport que j'ai l'honneur de déposer cette année devant votre Assemblée est le second présenté par le Président de la délégation parlementaire depuis l'adoption de la réforme des organismes de radio et de télévision en 1974.

Depuis l'élection de son nouveau Bureau, le 18 décembre 1975, la délégation a tenu quatre réunions. Comparé à celui des réunions tenues au cours de l'année précédente, ce chiffre apparaît très largement inférieur.

Il faut y voir, en particulier, la conséquence de la décision prise au mois d'octobre 1975 de prolonger le mandat du précédent Bureau pendant la session d'automne 1975. Il est, en effet, apparu nécessaire de confier à celui-ci le soin de continuer à veiller à la mise en place définitive des principaux éléments prévus par la loi du 7 août 1974.

De ce fait, le mandat du Bureau que j'ai eu l'honneur de présider a vu sa durée réduite de douze à neuf mois.

De plus, il est incontestable que le rôle purement consultatif de la délégation s'est trouvé très largement allégé en 1976 puisque tous les textes d'application de la loi avaient été élaborés au cours de l'année précédente, qui correspondait au démarrage effectif de la réforme. Ainsi, la délégation n'a eu à émettre qu'un seul avis en 1976, à la demande du Gouvernement, sur des modifications apportées aux cahiers des charges,

Dans ces conditions, au cours de ces quelques mois, la délégation s'est tout particulièrement attachée à veiller au fonctionnement équilibré du service public de la radio et de la télévision, dans le cadre établi par la loi. Dans cette perspective et afin de contribuer efficacement à la mise en œuvre de toutes les dispositions de la loi, elle a tenté de mieux cerner la nature du rôle des sénateurs et des députés siégeant au Conseil d'administration des sociétés de programme.

Enfin, constatant l'insuffisante qualité des émissions programmées à la télévision, la délégation aurait souhaité consacrer un temps plus long aux problèmes de la promotion de la création télévisuelle. N'ayant pu mener complètement à leur terme nos travaux sur ce point, il m'a paru utile de faire figurer en annexe au présent rapport les réflexions de deux des trois présidents des sociétés de télévision sur ce sujet.

CHAPITRE PREMIER

LE FONCTIONNEMENT ÉQUILIBRÉ DU SERVICE PUBLIC DE LA RADIO ET DE LA TÉLÉVISION

Le titre de ce chapitre indique par lui-même que l'activité de la délégation parlementaire en 1976 s'est portée en priorité sur l'application effective de la loi et des textes d'application. Très rapidement en effet, certaines difficultés sont nées de la simple mise en œuvre des principes de la loi : comme on le sait, celle-ci repose sur un principe essentiel qui est l'autonomie des sociétés de programme les unes par rapport aux autres. Leur liberté de manœuvre en matière de définition des programmes est donc extrêmement étendue.

Tout en veillant à ne pas reconstituer un nouvel Office, le législateur a néanmoins souhaité qu'une certaine coordination s'instaure. Tel est le sens de l'article 9 de la loi du 7 août 1974 : « Les présidents des sociétés nationales de télévision se réunissent périodiquement pour assurer l'harmonisation des programmes ».

Il a semblé essentiel aux membres de la délégation parlementaire que cette disposition législative soit complètement appliquée. C'est pourquoi celle-ci est intervenue sur un point particulier : les retransmissions sportives.

Au cours de l'hiver 1976, il est apparu qu'il était tout à fait excessif que le même soir, et à la même heure, les deux sociétés de télévision bénéficiant de la plus large écoute sur l'ensemble du territoire (T.F. 1 et Antenne 2) retransmettent un même match de football. Cette situation était, bien entendu, la conséquence de l'application stricte du principe de la concurrence et de la recherche de la plus large écoute possible qui détermine — pour partie — la répartition de la redevance de télévision.

Toutefois, la délégation parlementaire a estimé que la mise en œuvre de ce principe devait supporter certains aménagements de manière à assurer aux téléspectateurs une liberté de choix des programmes suffisante.

Pour éviter ces « doublons », un accord est intervenu entre les deux présidents de sociétés, réunis devant la délégation : cet accord prévu pour une durée de six mois est fondé sur le partage de la retransmission des grands événements sportifs, avec éventuellement tirage au sort dans des circonstances exceptionnelles.

Au cours de sa réunion du 6 mai 1976, la Délégation a souhaité que, quelles que soient les difficultés rencontrées par les présidents de T.F.1 et d'Antenne 2, en raison de l'intérêt de l'épreuve sportive (finale de la Coupe d'Europe de football), l'accord soit strictement appliqué.

C'est ainsi que T.F.1 a retransmis ce match en direct et qu'Antenne 2 l'a rediffusé (en couleur pour toute la France) immédiatement à la fin de la manifestation.

Pour la délégation, l'intérêt du téléspectateur demeure prioritaire et doit passer avant les impératifs de la concurrence. On ne peut donc que se féliciter des dispositions désormais appliquées en ce domaine particulier.

*
**

La délégation parlementaire s'est également inquiétée d'une ancienne question qui avait, en son temps, largement atteint les structures et le renom de l'O.R.T.F. : la publicité clandestine.

Au début de 1976, de nombreux indices concordants tendaient à montrer que la publicité clandestine à la télévision s'accroissait dans des proportions notables. Les relevés du Service d'observation des programmes — même s'ils doivent être utilisés avec une grande circonspection, le soulignaient parfaitement.

Compte tenu de la gravité et des conséquences des faits antérieurs, il est apparu indispensable que ce mouvement soit freiné le plus rapidement possible.

La délégation a procédé, sur ce point, à un large débat avec les quatre présidents des sociétés de programme. Ceux-ci ont souhaité qu'une sorte de code de déontologie vienne préciser plus exactement les limites en la matière, tout particulièrement pour ce qui concerne l'installation de panneaux publicitaires sur les stades lors de manifestations sportives retransmises par la télévision.

Nul doute que la dénonciation publique de cette recrudescence faite par la délégation parlementaire — qui seule avait l'autorité suffisante pour le faire — a permis de prendre les mesures correctives nécessaires.

Son intervention a, en effet, incité le Gouvernement à rappeler aux présidents des sociétés de télévision leurs responsabilités en cette matière, en attirant tout spécialement leur attention sur le patronage d'émissions dans le domaine sportif.

Il est donc permis de dire que la Délégation parlementaire a joué dans ce domaine un rôle actif et à obtenu, a ce jour, des résultats positifs.

CHAPITRE II

L'ORGANISATION DES RELATIONS ENTRE LA DÉLÉGATION ET LES PARLEMENTAIRES MEMBRES DES CONSEILS D'ADMINISTRATION DES SOCIÉTÉS DE PROGRAMME

L'article 11 de la loi du 7 août 1974 a prévu que le conseil d'administration de chaque société — composé de six membres — comprendrait un parlementaire, qui serait aussi associé au contrôle de la gestion des sociétés. De son côté, la délégation parlementaire participe à la mise en œuvre de la loi et veille à l'application de ses dispositions. Il est donc apparu nécessaire de définir le rôle respectif de l'une et de l'autre de ces instances.

Pour souligner l'intérêt qu'elle attache à ce problème la Délégation avait décidé, le 18 décembre 1975, que M. Joël Le Tac serait chargé d'une mission de coordination avec les parlementaires membres des conseils d'administration des organismes issus de l'O.R.T.F.

A ce titre, il a présenté devant la délégation, le 7 avril 1976, la communication suivante :

Le rôle des parlementaires membres des conseils d'administration des sociétés de programme

Les auteurs du présent statut de la radiodiffusion télévision française avaient prévu qu'un parlementaire ferait partie de chacun des conseils d'administration des sociétés de programme « au titre de l'opinion publique ». L'expression figurait du reste en toutes lettres à l'article 7 du projet de loi soumis à l'Assemblée Nationale.

Toutefois, le Sénat décida de supprimer ce morceau de phrase et cette suppression fut acceptée par la Commission mixte paritaire et par le Gouvernement. Il semble cependant ressortir des débats qu'il se soit surtout agi d'une question de forme et que la fonction de représentation de l'opinion publique n'ait pas été fondamentalement remise en cause par les deux Assemblées.

Dans l'état actuel des textes, on peut estimer que les parlementaires membres des conseils d'administration des sociétés de radio et de télévision, jouent un double rôle : d'une part, ils exercent les fonctions normales d'administrateurs, telles qu'elles sont définies par l'article 17 de la loi du 7 août 1974; d'autre part, ils servent d'intermédiaire entre les assemblées qui représentent l'ensemble des électeurs, donc l'ensemble de l'opinion et les organismes qu'ils administrent.

Les conditions d'exercice de la première fonction n'appellent pas d'observation particulière puisque la loi en détermine le cadre de manière assez précise et sans faire de distinction selon l'origine des administrateurs.

Il n'en va pas de même pour les rapports avec le Parlement qui n'ont fait l'objet d'aucune définition. Certes, deux écueils doivent être évités : le parlementaire ne doit pas être l'avocat de la société dont il est l'administrateur auprès de l'assemblée qui l'a désigné; il ne peut pas non plus, à l'inverse, se substituer aux rapporteurs spéciaux dans les tâches de contrôle financier que leur confie la loi. Toutefois, il paraît normal que le député ou le sénateur rende compte régulièrement de sa mission à ses collègues qui l'ont désigné.

Partant de ces données, sur lesquelles un accord général semble se faire, on est conduit à se poser deux questions : devant quelle instance les parlementaires administrateurs doivent-ils rendre compte de leurs activités et sur quoi doivent porter ces comptes rendus ?

En ce qui concerne le premier point, il semble qu'on doive écarter le principe d'une communication faite devant l'Assemblée ou le Sénat, en séance publique. D'une part, il y a un obstacle juridique, le député ou le sénateur ne peut pas intervenir devant l'assemblée dont il ne fait pas partie; l'information ne serait donc pas étendue à tout le Parlement. D'autre part, on peut formuler des réserves de fond : ce genre d'intervention ne pourrait guère avoir lieu qu'à l'occasion du débat budgétaire, ce qui contribuerait à l'alourdir et à placer les administrateurs en position de défenseur de leur société de programme, au moment de la discussion de la répartition de la redevance.

Dans ces conditions, il paraît logique que les administrateurs se tournent vers la délégation parlementaire pour la R.T.F. Celle-ci est représentative du Parlement puisqu'elle comprend des membres de tous les groupes des deux assemblées. Elle est compétente puisque les rapporteurs budgétaires pour la R.T.F., de l'Assemblée Nationale et du Sénat en sont membres de droit. C'est donc devant elle que les députés et sénateurs membres des conseils d'administration des sociétés de programme doivent présenter leurs observations, c'est avec elle qu'ils doivent travailler de manière permanente.

On en arrive ainsi au second point : Quelle forme peut prendre cette collaboration ? Il serait souhaitable que des initiatives soient prises par les deux parties. La délégation doit convoquer assez fréquemment les administrateurs pour entendre leurs observations sur deux sujets : les conditions d'application par les sociétés de la loi du 7 août 1974, ainsi que des textes réglementaires en résultant et des cahiers des charges et la gestion financière, c'est-à-dire, en fait, l'emploi de la redevance versée par tous les téléspectateurs. En revanche, les administrateurs doivent pouvoir attirer, quand ils le souhaitent, l'attention de la délégation sur les problèmes importants que pose le fonctionnement des sociétés, aussi bien en matière de gestion qu'en matière de programme.

Ces échanges d'informations et de réflexions ne doivent pas se limiter à la seule délégation. Celle-ci est du reste tenue par la loi de rendre compte de ses activités aux assemblées parlementaires. Il conviendrait donc que le rapport que publie chaque année la délégation traite de manière très complète de ses relations avec les parlementaires membres des conseils d'administration des sociétés de programme afin que les députés ou les sénateurs qui s'intéressent à ces questions y trouvent les informations qui leur sont utiles.

En résumé, on peut formuler les propositions suivantes :

— Les administrateurs parlementaires doivent rendre compte de leurs activités devant la seule délégation, ce qui exclut de leur part toute intervention sur ces problèmes en séance publique ;

— La délégation convoque régulièrement ces administrateurs pour s'informer sur les conditions d'application de la loi et des textes réglementaires et sur l'utilisation de la redevance.

— Les administrateurs peuvent, à tout moment, saisir la délégation des questions qui leur semblent importantes aussi bien en matière de gestion, qu'en matière de programmes ;

— Le rapport annuel d'activité de la délégation consacrera un de ses chapitres à ses rapports avec les parlementaires administrateurs des sociétés de programme.

Au cours d'une réunion, à laquelle les parlementaires administrateurs avaient été conviés, cette question a fait l'objet d'un large échange de vues.

Il a été convenu que les parlementaires siégeant aux conseils d'administration devaient se soucier autant de l'intérêt de ces sociétés que de l'intérêt général — dont leur mandat au Parlement est l'émanation — tout

en conservant à l'esprit que leur mission les porte à se placer au-dessus des rivalités et des conflits qui peuvent survenir au sein de ces sociétés.

*
**

Au total, on peut affirmer qu'en accordant une grande attention aux conditions du bon fonctionnement de l'ensemble des nouveaux organismes de radio et de télévision, la délégation parlementaire s'est conformée au rôle et aux attributions confiés par la loi. Elle a pu ainsi renforcer son autorité tant face aux dirigeants des sociétés et établissements publics que face à l'autorité de tutelle.

CHAPITRE III

COMPTE RENDU DES RÉUNIONS DE LA DÉLÉGATION PARLEMENTAIRE

Session d'automne 1975.

Désignation du Bureau.

Judi 18 décembre 1975. — M. Boinvillers, *président sortant*, a rappelé que la délégation avait eu une activité intense depuis sa mise en place en novembre 1974. Elle a tenu 16 réunions, examiné les projets de cahiers des charges et s'est tenue régulièrement informée de la mise en route et du fonctionnement des organismes issus de l'O.R.T.F.

Avant d'abandonner la présidence, M. Boinvillers a émis le souhait, en reprenant une suggestion de M. Le Tac, que les parlementaires membres des conseils d'administration des sociétés et de l'établissement public soient étroitement associés aux travaux de la délégation parlementaire.

Après une suspension de séance, la délégation a procédé à la désignation de son bureau.

La délégation a d'abord désigné M. Dominique Pado comme président.

Présidence de M. Dominique Pado, président. — La délégation a désigné comme vice-présidents MM. Jean Fleury, Jacques Blanc, Georges Fillioud et Jack Ralite.

Le bureau de la délégation a été ainsi constitué :

- président : M. Dominique Pado; sénateur;
- vice-présidents : MM. Jean Fleury, sénateur; Jacques Blanc député; Georges Fillioud, député; Jack Ralite, député.

La délégation a ensuite décidé, sur la proposition de M. Pado, de charger M. Le Tac d'une mission de coordination avec les parlementaires membres des conseils d'administration des organismes issus de l'O.R.T.F.

M. Ralite a évoqué le problème des négociations des conventions collectives entre les sociétés et les syndicats. La date limite de ces négociations est fixée par la loi au 31 décembre 1975. Or, les délégués syndicaux n'ont eu les projets d'accord qu'en septembre ou en octobre et les présidents des sociétés leur déclarent qu'ils doivent en référer à l'autorité de tutelle en ce qui concerne notamment la part des salaires qui est personnalisée. Il serait donc souhaitable qu'une disposition législative soit prise pour reculer de trois mois la date limite de négociations.

M. Le Tac a rappelé qu'il avait déposé à ce sujet une question écrite et une proposition de loi. La société Antenne 2 avait abouti à un accord mais elle a dû reculer à la suite des réactions des autres sociétés et des pressions du Gouvernement. Il est regrettable qu'on en arrive là car on compromet l'application de la réforme de 1974 et on crée des problèmes pour l'année 1976. La délégation doit donc intervenir.

M. de Préaumont a souligné qu'une mesure législative, dans ce domaine, paraît invraisemblable en raison de la proximité de la clôture de la session. Sans être hostile à l'idée d'une démarche du président et du bureau, il a mis en doute la possibilité pour les syndicats d'obtenir des concessions sur les deux points évoqués par M. Fillioud.

M. Boinvilliers a estimé que, dans ce type de négociations, on n'aboutit en général à un accord que pendant les tout derniers jours si bien qu'une prolongation de délai ne servira à rien.

M. Le Tac a pris position pour l'octroi d'un délai supplémentaire pour les négociations, en soulignant que la fixation de la date limite au 31 décembre gêne plus les syndicats que les directions.

MM. Ralite et Fillioud, tout en manifestant leur préférence pour une prorogation de la loi, ont proposé que la délégation fasse une démarche auprès du Premier Ministre.

M. Fleury a observé que, dans cette affaire, ce qui était illégal, ce n'était pas la fixation d'une date limite, mais l'intervention du Gouvernement dans les négociations.

M. Caillavet a rappelé que la loi n'était pas respectée et que la délégation a le droit de se saisir de cette question. Il serait donc souhaitable qu'elle invite à l'unanimité le Gouvernement à tout mettre en œuvre pour que le problème soit réglé avant le 31 décembre.

Après des interventions de MM. Jacques Blanc, Boinvilliers, Cluzel, Le Tac, de Préaumont, M. Pado a résumé la position de la délégation : celle-ci est d'accord sur le fait que les conventions collectives sont remises en cause par une intervention du Gouvernement; toutefois, certains membres de la délégation sont favorables à une prorogation du délai par

voie législative alors que d'autres estiment que celle-ci est inutile. On pourrait prévoir une démarche assortie d'un communiqué.

M. Fillioud a proposé la rédaction d'un communiqué à la presse demandant le respect de l'autonomie des présidents des sociétés et annonçant que la délégation saisit d'urgence de cette question le Premier Ministre.

La délégation a donné son accord sur le texte de communiqué et a chargé M. Pado d'envoyer une lettre au Premier Ministre sur cette affaire.

L'intersession 1975-1976.

Judi 5 février 1976. — Le Président, M. Pado a rappelé, en préambule, l'action menée par la délégation, à la fin du mois de décembre 1975, en vue de favoriser la conclusion de conventions collectives. Il a indiqué qu'il avait fait demander le texte de celles-ci qui serait ultérieurement adressé aux membres de la délégation parlementaire.

S'agissant des faits intervenus depuis la dernière réunion, il a noté que deux d'entre eux méritaient une attention particulière. Tout d'abord le Gouvernement envisage de demander l'avis de la délégation sur un certain nombre de textes; dans l'immédiat, elle devra examiner les textes relatifs aux dispositions annuelles des cahiers des charges et certaines modifications aux dispositions permanentes.

Après un bref échange de vues, la délégation a décidé de procéder à cet examen au cours de la prochaine réunion.

Le deuxième point significatif noté par M. Pado concerne l'émission « Les Dossiers de l'écran » programmée par Antenne 2. Sans nier le bien-fondé de certaines interventions récentes, ne peut-on penser que celles-ci sont difficilement compatibles avec l'indépendance attribuée aux sociétés de programme ? Cette question mérite, selon M. Pado, que la délégation examine la situation ainsi créée.

M. Le Tac a souligné que, compte tenu du témoignage permanent que peuvent apporter les parlementaires administrateurs de sociétés, il serait peut être intéressant de leur demander d'assister à toutes les réunions de la délégation, s'ils le désirent; ils apporteraient ainsi des éléments d'information précieux sur le fonctionnement des sociétés de programme.

Après un large échange de vues où sont intervenus MM. de Préaumont, Boinvilliers, Blanc et Pado, il a été décidé que la convocation des parlementaires administrateurs n'aurait aucun caractère automatique. Il apparaît en effet que la loi du 7 août 1974 a fixé de manière limitative la liste des personnalités susceptibles de faire partie de la délégation.

M. Le Tac a dénoncé l'existence de « monopoles à l'intérieur du monopole ». L'évolution constatée au cours des dernières semaines tend à montrer que se constitue, au sein des sociétés de programme, une sorte de monopole pour les émissions de Guy Lux. Les Assemblées parlementaires ont, dans le passé, dénoncé avec suffisamment de vigueur la pratique des « intérêts croisés » pour que la délégation se montre vigilante face à cette évolution. Il se crée en effet un réseau d'organisation qui représente un problème grave dans la mesure où il suscite des actes commerciaux à l'abri du monopole. M. Le Tac a insisté sur la nécessité de maintenir une certaine déontologie que justifie d'autant plus l'utilisation de fonds publics.

M. Pado a évoqué ensuite le problème posé par l'impossibilité où s'est trouvée à trois reprises la société Antenne 2 de diffuser « Les Dossiers de l'écran ».

Tout en proclamant son accord sur le fond en ce qui concerne la dernière émission, M. Le Tac a fait remarquer qu'il y avait en fait une mise en cause de l'esprit de la loi et que les présidents de sociétés se trouvaient placés sous un régime de liberté surveillée. L'intervention des pouvoirs publics est même plus directe qu'au temps de l'O. R. T. F., puisqu'à cette époque le président de l'Office assurait seul la responsabilité d'une modification de programme.

Pour M. de Préaumont, cette situation est le résultat du vide juridique de l'audiovisuel. Il faudrait pouvoir définir un code de déontologie qui s'imposerait aux présidents de sociétés, quelle que soit leur autonomie juridique.

M. Le Tac a noté que l'utilisation d'un monopole alimenté par des fonds publics créait des responsabilités particulières.

M. Fleury a regretté que lors de la soirée où cette émission a été diffusée, il y ait eu trois programmes de violence à la télévision.

Au sujet de la coordination des programmes, M. Boinvilliers a suggéré que l'institut national de l'audiovisuel dispose d'une cellule technique qui permettrait une meilleure communication des programmes.

M. Pado a fait observer qu'en matière de retransmission de réunions sportives, l'accord intervenu entre deux sociétés de programme n'a pas été respecté.

M. Blanc s'est enfin demandé si la délégation parlementaire ne pourrait pas intervenir pour que la grille des programmes soit mieux coordonnée.

En conclusion de cet échange de vues, M. Pado a suggéré aux membres de la délégation que celle-ci procède à l'audition de M. Jullian pour que soient précisés certains points évoqués.

Mercredi 11 février 1976. — *Présidence de M. Dominique Pado, président.* — La délégation a tout d'abord entendu M. Marcel Jullian, président d'Antenne 2, accompagné de M. Charles Baudinat, directeur des programmes et de M. Quoirez, chef du Service des relations publiques.

M. Pado a demandé à M. Jullian quelles conséquences il tirait des récents incidents survenus à propos de l'émission « Les Dossiers de l'écran ».

M. Jullian a observé que la première année d'existence d'Antenne 2 a été consacrée à la mise en place de la société si bien que les programmes n'ont pu être examinés en détail. En ce qui concerne l'émission « Les Dossiers de l'écran », celle-ci, victime de son succès, est devenue une institution. Toutefois, Antenne 2 ne peut être accusée de légèreté dans le choix des dossiers, puisque dans les deux cas des émissions sur l'armée et sur les criminels, les responsables avaient conclu un accord avec les représentants des pouvoirs publics. Le ministère de l'intérieur est du reste convenu qu'il n'y avait pas de faute de la part d'Antenne 2 puisqu'il avait conseillé le maintien de l'émission avant de demander publiquement sa suppression.

Le conseil d'administration a réagi à cette situation en affirmant son rôle et sa responsabilité.

La grande difficulté pour « Les Dossiers de l'écran » est qu'on manque de films susceptibles d'alimenter un débat. Il faut recourir à des dramatiques ou à des documentaires. Par ailleurs, les programmes sont rendus publics quatre ou cinq semaines à l'avance. La suppression d'une émission risque donc d'être interprétée comme un recul ou une censure. Pour éviter ces risques, le conseil d'administration a mis au point une procédure d'urgence qui permet de décider le report des débats en expliquant les raisons de cette modification.

L'exposé de M. Jullian a été suivi d'une large discussion.

M. Boinvilliers a demandé quel était le stock d'émission « Les Dossiers de l'écran ».

M. Le Tac s'est inquiété de l'importance d'hommes comme Guy Lux qui bénéficient d'une sorte de monopole en matière d'accès à l'écran des artistes de variétés et de la nécessité de définir les responsabilités du parlementaire membre du conseil d'administration.

M. Pado s'est préoccupé du rôle du président qui doit conserver son autorité par rapport au conseil d'administration.

M. Jacques Blanc s'est demandé s'il était normal de confier au conseil d'administration des responsabilités en matière de programmes. Il a souli-

gné que le Ministre de l'Intérieur n'était pas intervenu sur le programme mais avait mis Antenne 2 en face de ses responsabilités.

Dans sa réponse aux intervenants, M. Jullian a précisé notamment que les stocks de « Dossiers de l'écran » s'élevaient à trois mois alors qu'ils devraient atteindre six mois. Il a aussi indiqué que sa société était préoccupée par la nécessité de conserver un taux d'audience suffisant, ce qui contribuait par exemple à cristalliser les émissions de variétés sur quelques artistes connus. Une autre politique risquerait de faire baisser l'écoute et par conséquent de réduire la part de redevance dont bénéficie Antenne 2.

MM. Jullian et Baudinat ont ensuite répondu à des questions de M. Pado sur la réorganisation du service de l'information et le bilan de l'opération de relations publiques menée à Briançon, de M. Le Tac sur l'intérêt de prévoir une trêve du taux d'écoute pendant le week-end afin de libérer les sociétés des règles de la concurrence, et de M. Jacques Blanc sur l'harmonisation des programmes entre les trois chaînes.

Après le départ de M. Jullian, la délégation a émis un avis favorable aux projets d'arrêtés modifiant les cahiers des charges des sociétés de programme et des établissements publics créés par la loi du 7 août 1974.

Ces projets d'arrêtés portent notamment sur la programmation des émissions réalisées par les Assemblées parlementaires, les formations politiques et les organisations professionnelles et sur le plafonnement de la durée des émissions de fiction autres que les films de cinéma qui sont diffusées sur FR. 3.

La session de Printemps 1976.

Mercredi 7 avril 1976. — La délégation parlementaire a d'abord procédé à l'audition de M. Marcel Jullian, président d'Antenne 2 et de M. Jean Cazeneuve, président de T. F. 1 sur le problème posé par les « doublons », notamment en matière de retransmissions sportives.

MM. Jullian et Cazeneuve étaient accompagnés des directeurs de leur service sportif : M. Georges Leroy pour Antenne 2 et M. Georges de Caunes pour T. F. 1.

M. Pado a d'abord rappelé les faits qui sont à l'origine de ce problème et qui ont imposé la recherche d'une meilleure concertation entre les sociétés dans le cadre de la concurrence. Il s'est félicité de l'accord récemment intervenu à cet égard entre les deux sociétés. L'audition conjointe par la délégation parlementaire, qui représente à la fois les électeurs et les téléspectateurs, constitue une garantie de cet accord.

M. Cazeneuve, après avoir rappelé qu'à l'époque de l'O. R. T. F. la retransmission simultanée était de règle pour les événements importants, a souligné les graves inconvénients que présentent néanmoins ces « doublons ». Pour ces raisons, les deux sociétés ont élaboré un accord sur le partage de la retransmission des grands événements sportifs, accord valable pour six mois, avec éventuellement tirage au sort dans des circonstances exceptionnelles.

Pour M. Jullian, l'on pouvait envisager trois solutions : la répartition de créneaux horaires, la spécialisation des sociétés dans différentes disciplines sportives ou l'alternance. C'est cette dernière solution qui a été retenue. Le choix qui a l'avantage d'être clair, présente toutefois l'inconvénient de ne pas permettre à l'ensemble des téléspectateurs de voir les grands événements sportifs, car ni T. F. 1 ni Antenne 2 ne couvrent la totalité du territoire. De plus, s'il s'agit de T. F. 1, de nombreux téléspectateurs ne pourront voir les matches qu'en noir et blanc.

L'accord, valable six mois, pourra, toutefois, être modifié et amélioré. En effet, les cinq ou six grands événements sportifs de l'année pourraient éventuellement faire l'objet de retransmissions communes et ceci pour le bien des téléspectateurs qui doit passer avant les impératifs de la concurrence.

Les exposés de MM. Jullian et Cazeneuve ont été suivis d'une large discussion.

Pour M. Jacques Blanc, le problème des « doublons » n'est pas aussi grave qu'on a bien voulu le dire, car le système de l'alternance présente des inconvénients certains pour les téléspectateurs qui ne reçoivent T. F. 1 qu'en noir et blanc. Pour ces raisons, les grands événements sportifs devraient être retransmis simultanément, tant que ne sera pas réalisée l'égalité entre tous les téléspectateurs.

Répondant à M. Le Tac, M. Jullian a précisé que la suppression de « doublons » aura pour résultat d'accroître les charges financières des retransmissions.

Pour M. Fillioud, ces expériences illustrent le caractère néfaste de la concurrence et imposent la nécessité d'une coordination entre les sociétés, réclamée déjà depuis longtemps. Une concertation permanente permettrait notamment d'atténuer les inconvénients qu'entraînerait une interdiction trop stricte des « doublons ».

M. Fleury a estimé, pour sa part, que les « doublons » risquent de désavantager le public féminin qui, *a priori*, ne s'intéresse guère aux manifestations sportives.

Pour M. Ralite, l'existence des « doublons » ne fait que refléter l'uniformisation croissante des programmes de télévision, qui est la conséquence directe de la structure des ressources. Où est, en effet, la liberté des responsables de la télévision, alors que la publicité représente les deux tiers des recettes ? Nous avons plusieurs chaînes, a estimé M. Ralite, mais il n'y a pas de pluralité !

La délégation a ensuite entendu les directeurs des services sportifs des deux sociétés.

M. Georges de Caunes a souligné que, depuis un an et demi, les services sportifs ont tenté d'harmoniser leurs programmes et lorsqu'il y a « doublons » les images sont certes identiques mais les commentaires journalistiques sont différents.

Pour quelques grands événements sportifs nationaux, il apparaît normal toutefois que les services sportifs des deux sociétés puissent se rencontrer.

Répondant à une question de M. Le Tac, M. Georges de Caunes a donné des précisions sur l'accord conclu entre T. F. 1 et le club de Saint-Étienne.

M. Pado a ensuite soulevé le problème de la publicité affichée dans les stades.

Pour M. Jullian, il faut distinguer la publicité permanente des stades, qui échappe au contrôle des sociétés, et la publicité complémentaire, rajoutée en général au moment du match et fort rémunératrice pour les clubs. Mais il est fort difficile de combattre et contrôler ce genre de publicité. M. Jullian a souhaité que soit établie sur cette question une déontologie précise.

M. Ralite a souligné que ces pratiques sont malheureusement la traduction des difficultés financières que rencontrent les clubs sportifs, souvent entièrement à la charge des municipalités. La télévision ne fait qu'enregistrer cette situation dramatique.

Répondant à une question de M. Le Tac, M. Cazeneuve a indiqué qu'un accord est également intervenu sur le Tour de France afin d'éviter les « doublons » et les opérations publicitaires trop voyantes.

Pour M. Jacques Blanc, si la publicité dans le stade est un phénomène normal, par contre une connivence entre la télévision et les annonceurs publicitaires serait choquante.

M. Ciccolini a dénoncé le caractère agressif de la publicité et a insisté sur la nécessité d'élaborer une déontologie dans ce domaine.

Répondant à une question de M. Boinvilliers, M. de Caunes a indiqué que la liste des publicités est fournie avant les grands matches lorsque ceux-ci se produisent à l'étranger, mais que les possibilités d'intervention ou de contrôle demeurent limitées.

Par contre, en France même, T. F. 1 n'a pas hésité dans certains cas à prendre des sanctions en cas de publicité excessive. En tout état de cause, la publicité complique considérablement la tâche des réalisateurs de télévision.

M. Pado a évoqué la lettre adressée par M. Rossi à MM. Cazeneuve et Jullian au sujet de la publicité clandestine. A cet égard, M. Pado souhaiterait que la délégation parlementaire soit informée sur les modalités de repérage de cette publicité et le fonctionnement des services qui en sont chargés.

Afin d'éviter une suspicion permanente, il faudrait, a estimé M. Jullian, établir une déontologie précise déterminant la publicité licite et celle qu'il convient d'éviter et de sanctionner. On ne peut en effet pratiquer la promotion culturelle, sans faire de la publicité.

M. Cazeneuve a évoqué à son tour, le cas des « objets culturels » tels que les journaux, livres ou disques. La chronique de l'actualité culturelle oblige à faire une certaine publicité. Il conviendrait toutefois de déterminer ce qui est licite dans ce domaine de ce qui ne l'est pas, car sinon, il sera difficile de prendre des sanctions.

M. Jullian a relevé la contradiction qu'il y a entre l'exigence de la qualité et la recherche de l'audience.

Pour M. Cazeneuve, il n'y a pas véritablement de rapport entre l'indice d'écoute et la publicité, car l'indice de qualité compte trois fois plus que celui de l'audience dans la clé de répartition de la redevance. Par ailleurs l'audience est indispensable à connaître. Elle permet de mesurer la satisfaction du public.

M. Boinvilliers a évoqué le problème posé par le « matraquage » actuellement pratiqué à la télévision et celui de la publicité clandestine que l'on devrait pouvoir facilement contrôler.

Pour M. Le Tac, le véritable problème est celui de la publicité légale, car la tentation des annonceurs est d'imposer certaines conditions aux sociétés.

Pour M. Ralite, la question fondamentale demeure celle de l'institutionnalisation de la publicité dans un service nationalisé, En effet la part considérable des ressources publicitaires entrave la liberté des dirigeants

et soumet la télévision aux grandes affaires. A cet égard, la télévision lui paraît être le reflet de la société actuelle.

La délégation parlementaire a traité, ensuite, de la question posée par M. Fillioud au sujet de l'utilisation d'installations publiques par une société privée.

M. Fillioud a rappelé, en effet, l'existence d'un projet mis au point par des laboratoires pharmaceutiques. A l'occasion du lancement d'un nouveau produit, il s'agissait de monter une vaste opération en circuit fermé s'adressant à 4.000 médecins dans dix-sept villes, grâce au concours des installations, des matériels et des personnels des sociétés de programmes. M. Fillioud s'est inquiété qu'une telle opération, maintenant annulée, ait pu être lancée.

M. Pado, faisant état d'une réponse de M. le Secrétaire d'Etat auprès du Premier Ministre, a indiqué que le projet en question avait été différé.

Pour M. Boinvilliers, cette opération en circuit fermé ne faisait qu'utiliser les réseaux hertziens à des heures libres et la location des installations par la Société Télédiffusion de France aurait permis d'apporter des recettes nouvelles.

Pour M. Ralite, cette affaire soulève le problème de l'information médicale actuellement entièrement soumise aux intérêts privés. Une opération de ce genre tendrait à apporter une aide de l'Etat à ce type d'information.

En terminant, M. Fillioud a indiqué que cette opération n'entraîne pas dans le cadre des missions imparties aux sociétés. Au cas où cependant elle s'avérerait possible, il conviendrait d'en déterminer avec précision les modalités.

La délégation parlementaire a, ensuite, procédé à l'audition des sénateurs et députés, administrateurs des sociétés de programme sur la nature de leur rôle au sein des conseils d'administration de ces sociétés.

M. Le Tac, chargé d'assurer la liaison entre la délégation parlementaire et les députés et sénateurs, administrateurs des sociétés a rappelé la double fonction des administrateurs : ils sont administrateurs conformément à l'article 17 de la loi du 7 août 1974 et doivent jouer le rôle d'intermédiaire entre les sociétés et le Parlement.

Cette deuxième mission a besoin d'être précisée car les administrateurs ne peuvent se substituer aux rapporteurs spéciaux ; ils ne peuvent non plus se faire les défenseurs des sociétés devant le Parlement.

— Ainsi les administrateurs parlementaires devront normalement rendre compte de leurs activités devant la délégation parlementaire ;

— Ils pourront saisir la délégation parlementaire des problèmes qui leur paraîtront importants;

— Les informations recueillies devront figurer dans le rapport annuel de la délégation.

M. Robert-André Vivien, député, membre du conseil d'administration d'Antenne 2, ainsi que M. Gaussin, député, membre du conseil d'administration de T. F. 1, M. Carat, sénateur, membre du conseil d'administration de Radio-France, M. Miroudot, sénateur, membre du conseil d'administration de F.R. 3, ont tous souhaité des contacts plus étroits et plus fréquents avec la délégation parlementaire.

M. Vivien ainsi que M. Carat et M. Miroudot ont estimé qu'ils devaient conserver toutefois la possibilité d'intervenir en séance publique pour aborder les problèmes généraux concernant la radio-télévision.

M. Caillavet a rappelé que les administrateurs, qui représentent l'opinion publique par le biais du Parlement, ne sont pas des administrateurs comme les autres, mais ont des qualités particulières.

L'échange de vues a ensuite porté sur le fonctionnement du service d'observation des programmes.

M. Pado a regretté à cet égard que la délégation n'ait pas tous les documents en main pour se faire une opinion et souhaite que soit accru le rôle dévolu à la délégation parlementaire.

Enfin, M. Vivien, en tant qu'administrateur parlementaire d'Antenne 2 a sollicité l'avis de la délégation parlementaire sur le problème de la conformité des statuts élaborés par Antenne 2 avec la loi du 7 août 1974, en ce qui concerne les missions qui lui sont imparties.

Jeudi 6 mai 1976. — La délégation s'est réunie en présence de Mme Jacqueline Baudrier, président-directeur général de Radio-France, de MM. Jean Cazeneuve, président de T. F. 1, Marcel Jullian, président-directeur général d'Antenne 2 et Claude Contamine, président de F.R. 3, pour poursuivre la discussion qu'elle avait engagée lors de sa précédente réunion sur la publicité clandestine à la radio et à la télévision.

M. Marcel Jullian, président-directeur général d'Antenne 2, a déclaré qu'il conviendrait de fixer une limite au-delà de laquelle la publicité devait être considérée comme clandestine, mais que la publicité légale ne portait pas fatalement en elle-même le risque d'une publicité clandestine. Il a ajouté que le problème de la publicité clandestine se posait surtout dans le cas des retransmissions sportives et dans la diffusion des films.

M. Jean Cazeneuve, président de T. F. 1, a estimé que la publicité clandestine se présentait sous plusieurs aspects. La publicité à l'extérieur, et notamment sur les stades, exige la plus grande vigilance, et il arrive que la retransmission de certaines manifestations sportives soit retirée des programmes.

Au sujet de la publicité à l'occasion des matches internationaux, M. Jean-Louis Guillaud, directeur général de T. F. 1, qui accompagnait M. Jean Cazeneuve, a déclaré que la commission des programmes de l'U. E. R. (Union européenne de la radiodiffusion-télévision), récemment réunie à Toulouse, avait adopté un certain nombre de recommandations qui constituaient un début de déontologie dans ce domaine.

A une question de M. Le Tac, M. Jean-Louis Guillaud a précisé que ces recommandations étaient assorties de sanctions, car un match international qui ne répondrait pas à ces recommandations pourrait ne pas être retransmis et dispenserait la société de programme de verser les droits de retransmission.

Par ailleurs, quand les interférences se produisent entre les programmes et la publicité faite en faveur de certaines vedettes, les annonces sont différées.

Enfin, en ce qui concerne les « objets culturels » (livres, disques, films, etc.), la limite entre l'information et la promotion est difficile à tracer.

M. Jean Cazeneuve a conclu son exposé en souhaitant qu'un « Comité des sages » établisse un code de déontologie pour mettre un terme au phénomène de la publicité clandestine.

Mme Jacqueline Baudrier, président-directeur général de Radio-France, a fait observer que le problème de la publicité clandestine se posait dans des termes différents à la radio. Cependant, la difficulté, identique à celle que rencontrent les sociétés de télévision, est de tracer la frontière entre la publicité et la promotion culturelle. Les émissions en direct présentent certains risques. Une réglementation a été mise au point pour éviter tout « matraquage » dans la diffusion des disques : les programmes sont regroupés dans un « bureau du disque » qui exerce un étroit contrôle. Ce sont 200 disques différents qui sont diffusés chaque vingt-quatre heures, et la « règle des trois tiers » doit permettre de varier les programmes, avec un tiers de musique classique, un tiers de musique récente et un tiers de musique orchestrale. La durée des émissions — 106 heures par jour — ne met cependant pas la Société Radio-France à l'abri de toute critique.

M. Claude Contamine, président de F. R. 3, a déclaré qu'il était difficile de faire le partage entre la publicité clandestine et la simple information. Des contacts ont été pris avec le service d'observation des pro-

grammes. Les personnels de la société ont été informés de la question et des mesures directes ont été prises, comme la suppression des mentions publicitaires dans les photothèques.

M. Le Tac a demandé qu'une définition de la publicité clandestine soit donnée. Il a estimé que la délégation parlementaire était, avec la collaboration du Haut-Conseil de l'audio-visuel, qualifiée pour constituer ce « Comité des sages » réclamé par M. Jean Cazeneuve. A son avis, la publicité clandestine a lieu dans trois cas : quand la publicité est concurrente de la publicité officielle et directe; quand la publicité est faite en faveur de produits interdits (alcool, tabac, etc.); quand la publicité sert, sous couvert du service public, des intérêts croisés par l'intermédiaire de certains produits.

M. Ralite a déclaré que le véritable problème était de soustraire le service public de la radio et de la télévision aux intérêts privés pour lui rendre son pluralisme et sa diversité.

M. de Préaumont a estimé qu'il conviendrait de trouver des solutions pratiques aux difficultés les plus patentées et que les rapports, de caractère commercial, entre les sociétés de programme et les annonceurs devraient être organisés.

M. Blanc a déclaré que, dans un souci d'efficacité, il fallait avant tout empêcher les actes volontaires et intéressés de publicité clandestine.

M. Monory a dit que la publicité clandestine nécessitait une grande vigilance mais que le problème devait être ramené à ses justes proportions.

M. Caillavet a posé deux questions aux présidents de sociétés de programme : quelles propositions les présidents des sociétés peuvent-ils faire à la délégation parlementaire sur le problème de la publicité clandestine? Dans quelles conditions fonctionne le service d'observation des programmes et peut-on l'améliorer?

M. Cluzel a fait part de ses observations sur la question. La publicité clandestine est une publicité marquée d'irrégularité, c'est-à-dire de ce qui est contraire à la loi; c'est également la publicité qui a lieu en dehors des annonces officielles et celle qui constitue un échange de services. Les mesures à prendre doivent avoir pour objectif le respect de la loi et du téléspectateur, et être adaptées à l'importance réelle du problème posé. Il s'agit d'exercer un contrôle et de faire confiance à la vigilance des présidents de société.

M. Boinvilliers a analysé les interactions entre l'information et la publicité, et il a rappelé l'existence du code de déontologie des relations publiques.

M. Cazeneuve, président de T.F. 1, a dit qu'il fallait veiller à ne pas faire de certaines informations une promotion en faveur de certains produits.

M. Ralite a déclaré que le problème de fond était celui des ressources des sociétés de programme et que ce problème était lié à celui de leur créativité.

Mme Jacqueline Baudrier, président-directeur général de Radio-France, a estimé que la déontologie ne devait pas être trop contraignante, car elle risquerait de réduire la liberté d'information. Elle a déclaré que le rapport du service d'observation des programmes devrait porter les observations des sociétés et ne pas faire l'objet de fuites dans la presse écrite.

M. Fillioud a déclaré que la publicité clandestine posait un problème strictement commercial et qu'il fallait faire confiance aux présidents de société pour y mettre un terme. D'autres problèmes plus importants se posent, comme la créativité et l'objectivité des sociétés de programme.

Le président de la délégation a fait observer qu'il avait été nécessaire d'examiner la question. Il a demandé aux présidents des sociétés d'envoyer à la délégation leurs réflexions sur le problème de la créativité dans les sociétés de programme.

Après le départ de Mme Jacqueline Baudrier et de M. Claude Contamine, la délégation a entendu les présidents de T.F. 1 et d'Antenne 2 sur les inconvénients que présentait, à l'occasion d'une prochaine manifestation sportive particulièrement attendue du public, l'accord qu'ils avaient conclu pour éviter les « doublons ». Les présidents des sociétés ont rappelé que l'accord n'avait été conclu que pour une durée de six mois; ils ont précisé que l'événement sportif de la semaine prochaine serait retransmis en direct par la seule société T.F. 1, mais que la société Antenne 2 le rediffuserait en couleur immédiatement après la fin de la manifestation.

La délégation a pris acte de la volonté de MM. Jean Cazeneuve et Marcel Jullian de respecter l'accord qu'ils avaient conclu au mois d'avril de cette année au sujet de la retransmission de certaines manifestations sportives.

ANNEXES

ANNEXE I

Réflexions sur la notion de création en matière de télévision

par Jean CAZENEUVE, Président de T.F. 1.

A la télévision, conçue comme un service public, incombent certaines missions à l'égard de ceux à qui elle s'adresse. On les a souvent définies à partir de trois fonctions : distraire, informer, éduquer (ou cultiver).

Peut-être serait-il utile de préciser que ces termes ne doivent pas être entendus comme s'excluant les uns les autres. Ils expriment différents aspects d'une action qui se propose, plus généralement, de donner satisfaction au public en élevant le niveau de ses aspirations et de ses goûts.

Pendant, on n'épuise pas ainsi les devoirs assignables à la télévision, car, à côté de ceux qui concernent son public, il en est d'autres orientés vers ceux qui s'adressent au public. En d'autres termes, ce grand moyen de diffusion doit se préoccuper des deux éléments de la communication, c'est-à-dire de ceux qui sont, pour ainsi dire, de part et d'autre du petit écran. Il ne s'agit pas, bien évidemment, de présenter ces deux termes du service public comme opposés ou même indépendants l'un de l'autre. Car le dynamisme, l'esprit inventif, le génie même de ceux qui contribuent à faire les programmes, qu'ils soient auteurs, producteurs ou réalisateurs, est indispensable à l'accomplissement des missions se rapportant au public, et, inversement, leurs œuvres risqueraient d'être stériles si elles laissaient le public indifférent. En résumé, l'intérêt bien compris des téléspectateurs met en évidence l'importance de la création, et les créateurs doivent exercer leur talent dans le cadre des plus hautes missions de la télévision à l'égard de son public, et non point pour la seule satisfaction qu'ils éprouveraient personnellement à s'exprimer.

La place de la création dans la double fonction sociale du petit écran étant ainsi précisée, il resterait à définir le concept et surtout à écarter les fausses interprétations qui, explicitement ou implicitement, contribuent à obscurcir les problèmes soulevés à son propos.

*
**

Au sens le plus large, et en même temps le plus rigoureux du mot, on peut considérer comme des créations les émissions qui sont élaborées spécialement pour la programmation et qui présentent quelque originalité par rapport aux émissions déjà diffusées. Cela signifie qu'on peut retenir comme étant des créations, à des titres et des degrés divers, toutes les émissions qui ne sont pas des rediffusions qui ne sont pas de simples transmissions ou retransmissions d'événements et de spectacles, qui ne sont pas empruntées ou achetées à des organismes extérieurs (films du cinéma, séries étrangères, etc.).

Aussi longtemps que l'on s'en tient à cette acception du terme on peut traiter du problème de la création sans le mêler à d'autres. Mais il suffit de relire bien des articles, déclarations, manifestes, entretiens polémiques, récemment publiés dans la presse, pour se rendre compte que l'on a bien souvent dénaturé le concept de création en l'élargissant ou en le limitant abusivement, et surtout en le confondant avec les notions différentes, soit par manque de rigueur dans le raisonnement, soit même, parfois, dans le dessein secret d'embrouiller les questions pour défendre des causes sans doute nobles mais qui mériteraient d'être servies avec plus de droiture.

Aussi importe-t-il, après avoir examiné les fonctions de la création et la définition adéquate, de mettre en évidence quelques erreurs involontaires ou délibérées qui deviennent d'un usage trop courant.

*
**

Tout d'abord, on voit souvent la création assimilée à l'accomplissement de la mission culturelle du petit écran. Il est exact que les créateurs sont, dans une civilisation en progrès, des moteurs importants de l'élévation du niveau intellectuel. Et nous avons dit qu'à ce titre, précisément, la télévision, en tant que service public, a des devoirs envers eux. Mais cela ne veut absolument pas dire que toutes les œuvres de création contribuent directement à élever le niveau culturel des téléspectateurs.

Il ne serait pas difficile de citer des émissions qui appartiennent indiscutablement à cette catégorie, qui par conséquent ont été commandées par la télévision, réalisées par elle et pour elle, qui même présentent une grande originalité, mais qui sont vulgaires, primaires ou qui, tout au moins, n'enrichissent pas le public. Par exemple, une dramatique policière, bien ou mal réussie, n'est pas nécessairement à classer comme une œuvre culturelle. Inversement, certains films du circuit commercial, certains magazines, achetés à l'étranger et certaines rediffusions peuvent apporter une indiscutable contribution à l'élévation du niveau culturel des programmes. Les exemples seraient faciles à trouver, et l'on pourrait citer telle série hautement instructive consacrée à l'évolution des civilisations, ou à celle des sciences, ou encore à la vie artistique et littéraire mondiale, qui a été fournie par la télévision d'un autre pays, de telle sorte qu'elle n'a nullement servi à mobiliser nos propres créateurs. Bref, le problème de la création et celui de la culture ne sont pas sans rapports, mais ils ne se rattachent pas aux mêmes fonctions du petit écran et ne fournissent pas exactement les mêmes critères en ce qui concerne les programmes.

*
**

Très proche de cette confusion est celle qui associe la critique des sondages à une défense de la création. La vigueur avec laquelle, en ce domaine, on s'ingénie à tout mêler mérite une sérieuse mise au point.

L'auteur de ces pages n'est pas suspect de tendresse ni de naïveté à l'égard d'une politique démagogique utilisant les sondages pour la course à l'audience ou pour la rentabilité, puisqu'il l'a dénoncé dans plusieurs livres (1) et de nombreux articles.

Il est exact que si l'on cherche à obtenir pour chaque émission une très vaste audience, la tentation peut apparaître de refuser toutes celles qui s'adressent à des publics spécifiques ou minoritaires, notamment celles qui ne sacrifient pas à la facilité, qui demandent un effort intellectuel ou qui s'adressent à une élite. Le niveau culturel et la qualité des émissions pourraient souffrir d'une politique démagogique des programmes. C'est bien certainement pour réagir contre ce danger que l'on a institué en France un système de notation dans lequel l'indice de qualité compte trois fois plus que l'indice d'audience. Cette association (et dans ce rapport) des deux critères montre bien qu'ils sont considérés comme complémentaires et non pas opposés. Pour élever les goûts du public, il faut les connaître, car une émission culturelle n'a d'effet que sur ceux qui la regardent et, parmi eux, sur ceux qu'elle ne rebute pas. Il importe donc d'en connaître et d'en apprécier la portée. Et cela ne peut être fait que grâce aux sondages. En l'absence de ceux-ci, les responsables des programmes risquent d'être influencés par le courrier, dont on sait bien qu'il est plus trompeur que significatif, ainsi que l'ont montré plusieurs études précises. Il faut craindre aussi que l'abandon (même partiel) des sondages d'audience ne conduise à instituer, ne serait-ce qu'à certains moments, des ghettos culturels, dans lesquels une élite s'adresserait à elle-même sans se soucier d'être écoutée. Certes, des chefs-d'œuvre, au théâtre ou dans la littérature, peuvent être restés méconnus pour s'être heurtés à l'indiffé-

(1) Jean Cazeneuve. « Sociologie de la radio-télévision » (P.U.F., 3^e édition, 1969, p. 56) - « La grande chance de la télévision » (Calmann-Lévy, 1963, p. 153) - « Les pouvoirs de la télévision » (Gallimard, 1970, p. 361) - « La société de l'ubiquité » (Denoël, 1972, p. 171) - « L'homme téléspectateur » (Denoël, 1974, p. 49).

rence du public. Mais il ne faudrait pas, inversement, faire du succès la preuve de la médiocrité. Corneille, Racine, Molière, Victor Hugo, Zola, et bien d'autres ont touché un large public. Et peut-on imaginer que la télévision, moyen de diffusion lourd et massif, puisse avoir une vocation culturelle et qualitative qui ne serait pas précisément d'assurer aux meilleures œuvres une audience élargie et que sa mission civilisatrice ne soit pas de faire progresser le peuple dans une voie trop souvent réservée à une petite minorité de spécialistes. Enfin, la peur des sondages serait aussi peu admissible dans une démocratie que la peur des élections libres, et si on l'analyse on s'aperçoit qu'elle repose sur un mépris du peuple dont le goût serait considéré comme irrémédiablement mauvais. Une saine politique culturelle suppose qu'on utilise les sondages non point certes pour réaliser les meilleurs scores à chaque émission, mais surtout, pour faire évoluer les goûts du public et pour rendre fécondes les tentatives les plus audacieuses. Certaines émissions sont présentées délibérément à la meilleure heure d'écoute (par exemple des magazines ethnographiques le mardi à 20 h 30) dans le but d'atteindre non pas un public majoritaire mais un public limité dépassant celui des spécialistes. Ainsi, le contrôle de l'audience va de pair avec la recherche de la qualité.

Mais tout ce qui vient d'être dit ne constitue à vrai dire qu'une digression, car la critique contre les sondages sort du domaine de la discussion raisonnable lorsqu'elle se fonde sur une confusion entre création, culture et qualité. On a vu que les deux premiers de ces concepts ne se recouvraient pas. Il serait aussi facile de montrer, avec des exemples à l'appui, que des émissions importées, des retransmissions ou des rediffusions peuvent être de grande qualité et qu'inversement certaines créations de la télévision ne le sont pas. Quant à accuser les sondages de nuire à la création, cela relève de la même confusion. On pourrait citer de nombreuses émissions qui ne sont absolument pas des créations et qui ont obtenu des indices d'écoute dérisoires. Par contre, certaines œuvres produites pour la télévision et par la télévision française sont au zénith des sondages. C'est le cas de quelques feuilletons célèbres, ou de séries policières.

Et il faut noter que même les créations qui sont ambitieuses, qui présentent une indiscutable valeur littéraire et pourraient sembler destinées à une élite atteignent des pourcentages d'audience remarquables. Sans remonter bien loin dans l'histoire du petit écran, et en se limitant au premier trimestre 1976, on peut citer, entre autres, les résultats suivants : 37 % pour « Qui j'ose aimer » (Hervé Bazin) — 34,3 % pour « Mamie Rose » — 24 % pour « Le sanglier » de Maurice Failevic.

Bon nombre de séries américaines et même des variétés populaires sont loin d'obtenir le succès de ces dramatiques créées à la commande de la télévision actuelle.

Pourquoi donc la pratique des enquêtes sur échantillon représentatif nuirait-elle à la création ? Même s'ils étaient faits dans le sens que nous répropons à juste titre, même s'ils étaient démagogiques, les sondages pourraient tout aussi bien conduire à favoriser des créations populaires. De toute manière, prétendre que la grande audience tue la création, ce serait laisser entendre que celle-ci ne peut pas être plaisante mais doit nécessairement rebuter le grand public. Ce n'est heureusement pas le cas, et l'on ne plaide pas bien la cause de la création en l'entourant d'un cordon sanitaire comme un élément malade des programmes, ou en la définissant comme un épouvantail pour le public.

*
**

A côté des confusions souvent entretenues entre la création d'une part et d'autre part la culture, la qualité ou l'impopularité, il faut signaler d'autres erreurs de définition qui, prenant la partie pour le tout, dissimulent à peine sous la croisade pour la création la défense d'intérêts particuliers fort légitimes mais qui gagneraient à être plus ouvertement proclamés. Par exemple, on restreint parfois la création de télévision à la production d'émissions lourdes, ou même plus précisément à celle de la SPF, ou encore aux émissions de fiction ou même aux dramatiques. Il est exact que la S.F.P. est l'organisme qui possède le meilleur équipement pour réaliser les œuvres des grands créateurs. Il est vrai que la production lourde marque parfois plus profondément que la production légère la contribution du génie français à l'évolution de l'art télévisuel. Mais il ne faudrait pas que l'on aboutisse pour autant à une sorte d'exclusivité qui mutilerait gravement la notion même de création, et qui discréditerait certains réalisateurs dont le travail mérite d'être reconnu.

Par exemple, de nombreuses émissions pour enfants, des magazines ethnographiques, des émissions documentaires très élaborées, qui servent grandement la réputation de la télévision française chez nous comme à l'étranger, et qui allient souvent la qualité technique à la valeur culturelle, constituent d'indiscutables réussites dans le domaine de la création. La vérité, c'est qu'il y a dans celui-ci des degrés et des nuances.

Selon le dictionnaire Littré, créer, c'est tirer du néant, inventer, imaginer, produire. C'est pourquoi nous avons défini comme étant une création de la télévision ce que celle-ci produit de sa propre initiative, ce qui n'existerait pas sans elle. Mais ce qu'elle amène ainsi à l'existence, ce n'est pas seulement une émission qui s'ajoute aux autres, ce peut être, en outre, une émission d'un style nouveau, d'un genre nouveau. Au lieu de limiter la création à tel type de production, il serait plus indiqué d'en marquer les degrés d'originalité et l'on verrait qu'ils peuvent se situer aussi bien dans le genre de la fiction que dans celui du documentaire, voire même celui de l'humour, de la fantaisie.

Enfin, si l'on voulait dévoiler les interprétations les plus tendancieuses qui ont été subrepticement glissées dans la discussion sur ce chapitre, il serait nécessaire d'ajouter que parfois on tend à réduire la défense de la création à celle d'une école, d'une chapelle, d'une tendance, comme s'il pouvait s'agir d'un monopole. A la limite, certaines déclarations à ce sujet laisseraient même transparaître une affirmation à peine déguisée : « Ce que je fais est de la création ; ce que font les autres n'est pas digne de ce nom ».

*
**

Or la mission du petit écran à l'égard de l'élan créateur, qu'on appelle aussi la créativité, devrait aller à l'encontre de tout monopole, puisqu'elle vise à mobiliser les énergies, à éveiller, à déceler, à encourager les talents pour assurer un renouvellement aussi constant que possible des programmes.

On pourrait donc imaginer que le service public soit étayé par des dispositions inscrites dans le cahier des charges à cet effet. Par exemple, l'obligation pourrait être adressée aux responsables des programmes de faire appel à une certaine proportion de nouveaux réalisateurs, sans aller bien évidemment jusqu'à rendre cette profession trop aléatoire. La recherche et la découverte des esprits inventifs, avec tous les risques que cela comporte, doit être compatible avec un minimum de sécurité pour ceux qui ont déjà fait leurs preuves.

Le cahier des charges pourrait également fixer un maximum d'émissions ou un maximum de rémunération pour un seul producteur ou un seul réalisateur. Ce serait peut-être le moyen de diversifier les sources d'inspiration et d'éviter le maintien de privilèges ou de féodalités qui conduisent à la sclérose.

Dès lors qu'on part d'une définition exacte et large de la création, en se gardant de mêler les problèmes, et surtout si l'on ne perd pas de vue qu'il s'agit de concilier l'intérêt des créateurs avec celui du public envers lequel ils ont des obligations et au jugement duquel ils restent soumis, il devient possible de concilier, sans les confondre, les grandes fonctions de la télévision pour la faire évoluer et pour la faire participer à une grande œuvre de civilisation.

La télévision est faite pour les téléspectateurs, non point pour les enfermer dans la routine mais pour éveiller leurs esprits. C'est en les amenant à accepter le renouvellement, à le souhaiter même qu'on développera la créativité. Elle ne doit pas être présentée comme une brimade, mais comme un bienfait, dans le cadre d'une société libérale, où chacun garde son droit de jugement et où le jugement de tous doit être pris en compte.

ANNEXE II

Note sur la politique de création de la société F.R.3.

I. — DÉFINITION DE LA CRÉATION

La création n'est pas limitée à la fiction ou à la dramatique. Elle peut être recherchée dans tous les éléments du programme : les émissions d'information, les jeux, les émissions pour les jeunes, les documentaires, peuvent impliquer une véritable création. La mise au point d'un nouveau type de jeu comme les « Jeux de 20 heures », le lancement d'une émission originale comme « Vendredi » nécessitent, à l'évidence, une création de la part de leur initiateur.

La programmation, dans son ensemble, d'une société, doit également donner lieu à une création. L'équilibre du programme, les enchaînements entre les émissions, la rénovation régulière des grilles, tout cela fait appel, en effet, chez les responsables, à un sens créateur.

Cependant, il est certain que les préoccupations exprimées par le Chef de l'Etat et de nombreux parlementaires concernent les œuvres de création « stricto sensu », à savoir les œuvres de fiction, les dramatiques et grandes séries historiques, les divertissements de création (qui comprennent les présentations lyriques et chorégraphiques adaptées à la télévision ou des émissions de type Averty) et des documentaires de création.

II. — BILAN DE LA CRÉATION TÉLÉVISUELLE A F.R.3

Comme dans les autres domaines, F.R.3 présente une nette originalité par rapport aux deux autres chaînes de télévision dans le domaine de la création.

Il semble que, paradoxalement, cette société ait fait preuve d'innovation et ait consacré des moyens relativement importants à la création télévisuelle alors que sa vocation, précisée par les textes réglementaires, l'aurait plutôt incitée à n'être qu'une chaîne de diffusion.

1° La réforme du 7 août 1974 enserrait la création à F.R.3 dans des limites étroites.

Ainsi, la Société devrait être principalement une chaîne de diffusion de films cinématographiques (4 par semaine minimum) et d'émissions consacrées à l'expression des familles de croyance et de pensée, sans parler naturellement de ses émissions en région et outre-mer.

La fiction étant sur F.R.3 la fiction cinématographique, le Gouvernement avait décidé de restreindre les possibilités de fiction dramatique : le cahier des charges, dans son article 30, imposait à la Société de ne consacrer aux émissions de fiction, autres que les films de cinéma, plus du septième du temps total des programmes de fiction.

D'un autre côté la durée totale du programme était limitée à trois heures par jour, selon l'article 29, ce qui laissait peu de temps disponible pour la création, compte tenu des autres obligations de la Société.

Malgré ces dispositions très restrictives, les responsables de F.R.3 se sont lancés spontanément dans une politique de création.

2° Un effort important de création se traduisant par un plein emploi des moyens.

a) S'agissant de la chaîne nationale, cette action se traduit par des formules originales de création, faisant appel à des jeunes auteurs.

On trouvera en annexe, le bilan relatif aux :

— « Cinéma 16 » pour lequel F.R. 3 a mis au travail 56 créateurs en attirant des jeunes cinéastes (Queysanne, Moosmann, Simon, Gantillon, Dubois, Doillon) et a donné sa chance à des premières œuvres (Sordeli, Fléouter, Hennin) ;

— « Vendredi » : magazine hebdomadaire d'information, laissant une part prépondérante à la création ;

— les grands documentaires de création dans la série « Connaissance » ;

— la vie filmée : chronique originale réalisée à l'aide de films d'amateurs ;

— les émissions de J.-C. Averty ;

— les émissions pour la jeunesse qui renouvellent chaque jour de la semaine des séquences donnant lieu, en majeure partie, à des créations originales.

Cet effort de création a trouvé rapidement comme obstacle, au plan quantitatif, les limitations du cahier des charges. Il a été obtenu, après de longues négociations, que, pour 1976, le plafond du septième du temps de fiction soit ramené au tiers et que la durée quotidienne de programme soit portée à trois heures.

b) Dans les régions, la politique de création se traduit de deux manières. Tout d'abord, les trois centres de production de Lille, Lyon et Marseille tournent au maximum de leur capacité en faisant appel à des prestations extérieures.

En second lieu, depuis la mise en place de la grille du 22 mars, les magazines de treize minutes donnent lieu pour certains d'entre eux à une véritable création télévisuelle, ainsi que la séquence hebdomadaire de cinquante-deux minutes « Hexagonal ».

Il va sans dire qu'en raison de la quantité importante de ces magazines, de nombreux auteurs, producteurs et réalisateurs sont associés à leur réalisation, ce qui peut contribuer, dans les régions, à créer un climat d'initiative et d'émulation.

La critique a d'ailleurs reconnu la qualité des programmes de F.R.3, qui a reçu le « 7 d'or », distinction pour la première fois accordée à un organisme et non à une personne physique. Le fait que de nombreux auteurs, notamment les jeunes, s'orientent vers F.R.3, montre bien que cette Société constitue actuellement, malgré ses moyens modestes, un pôle de créativité ; et surtout, le mécanisme d'appréciation de la qualité mis en place par la réforme du 7 août 1974 a abouti à ce que F.R.3 obtienne la meilleure note pour 1976.

III. — LES PERSPECTIVES DE LA CRÉATION A F.R.3

1° Le développement de la création implique un nouveau cadre juridique.

a) L'essor de la création sur F.R.3 exige, en premier lieu, une modification du cahier des charges. L'alinéa 1 de l'article 30, qui limite les émissions de fiction, doit être abrogé.

A l'inverse, il serait possible d'instituer un « plancher » de création d'une heure par semaine d'œuvres de fiction, dramatiques, historiques et divertissements de création, et d'une heure par semaine de documentaires de création.

Cette proposition implique certes une augmentation de la redevance, mais est réaliste au regard des diffusions actuelles et de la possibilité de recourir à des auteurs de qualité.

b) En second lieu, il peut être envisagé, soit une directive du conseil d'administration tendant à systématiser l'appel aux nouveaux créateurs, soit l'institution d'un pourcentage dans le cahier des charges.

c) En troisième lieu, toute novation comporte en elle-même un risque au niveau de l'indice d'écoute et de la commission de la qualité. Il faudrait donc qu'il soit tenu compte de l'effort de novation dans l'appréciation portée par la commission de la qualité, même si cet effort n'a pas toujours abouti à des œuvres de qualité.

d) Enfin, la créativité doit entraîner une refonte du mécanisme des sondages de qualité. Ceux-ci doivent être totalement détachés de l'écoute et donner lieu à un indice d'intérêt ou de satisfaction permettant de mesurer l'écart entre la qualité qui est attendue et celle qui est reçue.

2° Le développement de la création pourrait s'orienter autour de deux axes.

a) Le samedi soir, une augmentation des émissions de création en plus des retransmissions prévues par le cahier des charges.

Le conseil d'administration de F.R. 3 a estimé que les émissions devraient être plus spécialement orientées vers le genre de la dramatique historique.

b) Dans les régions, la part des magazines de treize minutes consacrée aux documentaires de création, les mardi, mercredi et vendredi, pourrait également être augmentée, ainsi que la qualité de l'émission hebdomadaire de cinquante-deux minutes « Hexagonal ».

3° Des ressources supplémentaires sont à dégager pour réaliser ces projets.

Le prix moyen de l'heure de dramatique est d'environ un million de francs, tandis que le budget d'un magazine comme « Vendredi » est de 170.000 F l'heure et celui des grands documentaires de 600.000 F l'heure.

Dans ces conditions, toute politique tendant à accroître les émissions de fiction a des répercussions budgétaires lourdes.

Quoi qu'il en soit, les perspectives nouvelles ouvertes dans le domaine de la création ne doivent pas estomper les autres besoins de la Société F.R. 3. A cet égard, aux crédits destinés à favoriser la création doivent s'ajouter les ressources supplémentaires nécessaires pour faire face à la hausse des prix, notamment des films de cinéma, et aux mesures inéluctables, ainsi que pour réaliser les objectifs de la Société dans les autres domaines.