

REVUE DE PRESSE NON EXHAUSTIVE DU GROUPE 25 IMAGES EN 2008

(sans compter les nombreuses interventions des réalisateurs au sein du Mouvement du 2 juin)

PRESSE ECRITE

Page 2 - BREVES DU FILM FRANÇAIS

Le Groupe 25 Images pointe l'absence de réalisateurs - 21/02
Groupe 25 Images très inquiet - 19/03
Le Groupe 25 Images veut croire en la représentation parlementaire - 27/06
Reims : le groupe 25 images proteste - 01/10
Réforme de l'audiovisuel : la publicité clandestine en question - 04/10
Le Groupe 25 Images tance le président de France Télévisions – 17/12

Page 3 - E.T. TELEVISION – 19/12/08

Une lettre de Carolis inquiète les producteurs

Page 4 - SATELLIFAX

Le Groupe 25 Images pour une hausse de la redevance - 14/01
Lettre ouverte à Jean-François Copé - 21/02/
Dénonciation du principe de l'entreprise unique 18/12

Page 5 - L'HUMANITE

Quelle ambition pour l'audiovisuel public ? 16/02
Sarkozy installe la commission Copé - 20/02
Commission Copé. – 23/02
Les inquiétudes du Groupe 25 images - 21/03
La commission Copé interpellée par les réalisateurs 11/04
Copé au montage – 9/05
La création se mobilise – 27/05
Copé persiste, la création résiste – 2/06
Les créateurs « vigilants » - 9/06
Ensemble pour défendre le service public -18/06
La télé, ça devrait concerner tout le monde-15/09
« Ce sera une rude bataille » - 24/10
Paroles d'experts du quotidien – 31/10
Audiovisuel. Points de vue – 26/11

Page 18 - TELEOBS.COM

L'étonnement des réalisateurs - 20/02
La pub clandestine inquiète les professionnels - 5/12

Page 19 - LA CROIX

Comment réaliser une télévision de qualité? 18/07
A la télé publique, la publicité fait de la résistance 23/01/2009

Page 22 - LE MONDE

Mobilisation en faveur de l'audiovisuel public 16.05
Une association de réalisateurs TV contre le placement de produits – 5-12

Page 23 – LA LIBRE BELGIQUE – 16/4

Quel avenir pour la télévision publique ?

RADIOS ET TELEVISIONS

Page 24 - France INTER

Esprit critique, V. Josse – 06/06
Le telephone sonne, A.Bedouet – 23/10
J'ai mes sources C. Schneck – 11/12

Page 25 - France CULTURE 28/03

En direct et en public de Reims - Tout arrive !

Page 25 - France INFO 28/05

Le public invité aux Folies Bergères pour soutenir la créativité audiovisuelle

Page 25 - RCF 3/10

CAFE-MEDIA - Quel avenir pour la télévision publique ?

Page 25 - CAMPUS PARIS 17/10

L'APPART

Page 26 – ITELE 25/04

Journal de 13h Invité de Colombe Schneck

Page 26 - PUBLIC SENAT

Le 18H sur le placement de produits - 17/12
ITW de Laurent Jaoui pour le documentaire les Dessous de la loi en décembre 2008 diffusé en 2009

Relations presse du Groupe 25 Images

Michael Morlon – Tél : +33660456569 - @mail : michael.morlon@libertysurf.fr - 94 rue St Lazare 75009 Paris

BREVES DU FILM FRANÇAIS

Commission Copé : le Groupe 25 Images pointe l'absence de réalisateurs - jeudi 21 février 2008

Le Groupe 25 Images, association de réalisateurs de films de télévision, a adressé une lettre ouverte à Jean-François Copé, regrettant avec virulence l'absence de réalisateurs dans la composition de la commission.

"Le Groupe 25 Images estime qu'il est inconcevable que votre commission entre en action sans la présence de réalisateurs de films de télévision." Ainsi se conclut la lettre adressée par l'association des réalisateurs de films de télévision à Monsieur Copé.

Soulignant que le président de la République, dans son discours de mise en place de la commission, a par trois fois fait référence à Claude Santelli, et accusant le député Copé de considérer "qu'un bon réalisateur est un réalisateur mort", l'association estime que ses membres auraient eu leur place dans la commission "à égalité avec les scénaristes", aux côtés des producteurs et des hommes politiques qui ont nécessairement "une approche différente de la nôtre et d'autres compétences".

Audiovisuel Public : le Groupe 25 Images très inquiet - mercredi 19 mars 2008

A l'occasion de son assemblée générale, l'association de réalisateurs de films de télévision a exprimé ses inquiétudes quant à l'avenir de la télévision en France, notamment face au projet de réforme de l'audiovisuel public et de suppression de la publicité.

Lors de son assemblée générale le Groupe 25 Images a dressé un bilan assez sombre du système de production français actuel. Considérant que les projets de réforme de l'audiovisuel ont été lancés de manière improvisée, les réalisateurs ont souligné que l'avenir de la télévision "doit se penser dans sa globalité et non pas en réglemant le service public tout en libéralisant le secteur privé".

Ils considèrent que l'ensemble d'une profession est en passe d'être sinistrée : "A France 2, les projets annulés ne se comptent plus. D'autres sont reportés sine die (...) Sur les chaînes privées, qui s'appêtent pourtant à tirer bénéfice de nouvelles ressources publicitaires, la diffusion de séries américaines devient systématique", signalent encore les réalisateurs. Considérant que l'annonce de suppression de la publicité "brouille les cartes", ils appellent ainsi au retour du système de quotas.

Le groupe souhaite également la mise en place d'un dispositif s'appuyant sur "une augmentation progressive de la redevance (...) et sur une taxation des opérateurs audiovisuels".

Audiovisuel public : le Groupe 25 Images veut croire en la représentation parlementaire - vendredi 27 juin 2008

L'association de réalisateurs de films de télévision rallie le concert de contestations et protestations émises suites au discours du président de la République quant à l'avenir de l'audiovisuel public.

Elle souligne que "les mesures précaires prises en conclusion du rapport Copé, aggravées par le verdict du chef de l'Etat", entraînent le service public dans une dépendance financière d'entreprises commerciales et le mettent "en servitude". "Les téléspectateurs et les professionnels ne peuvent pas accepter ces mesures humiliantes, indignes d'un pays démocratique aux hautes traditions culturelles".

"Devant des décisions aussi néfastes et partiales, ceux qui estiment que notre pays doit avoir une télévision pluraliste n'ont plus qu'un seul recours : la représentation parlementaire qui, en septembre, devra prendre ses responsabilités et se mettre à l'écoute de l'ensemble des acteurs du paysage audiovisuel plutôt que de servir les intérêts des seules télévisions commerciales".

Reims : le groupe 25 images proteste - mercredi 01 octobre 2008

Lundi, l'organisation des Rencontres internationales de la télévision (RITV) annonçait que la mairie de Reims ne renouvelerait pas son soutien à la manifestation. Aujourd'hui le groupe 25 images, association de réalisateur de films de télévision "proteste avec énergie" contre cette décision.

Réforme de l'audiovisuel : la publicité clandestine en question - jeudi 04 décembre 2008

Dans un communiqué publié mercredi, le Groupe 25 Images met en évidence une disposition concernant le placement de produits et ses dérives prévisibles pour une télévision de service public privée de ses ressources publicitaires traditionnelles.

Dans la future loi sur l'audiovisuel figure une disposition "qui semble à première vue indolore et sans odeur pour améliorer le financement de programme : le placement de produit. [Cette pratique] va créer des contraintes d'audience équivalentes à celles de l'audimat avec, en plus, l'effet pernicieux et hypocrite d'une publicité clandestine.

"Jusqu'ici, la publicité est le plus souvent encadrée dans des "écrans", des plages de programmations clairement désignées comme publicitaires par des jingles et par l'habillage d'antenne. Or le placement de produit à l'intérieur des œuvres, au détour d'un dialogue ou d'une image, c'est de la publicité qui ne dit pas son nom."

"Un acteur va vanter les mérites d'une boisson ou les performances d'une voiture dans le flot de la conversation. Personne ne soupçonnera que c'est un annonceur qui a exigé ces paroles, ces images, ces attitudes, qui impressionneront d'autant plus le consommateur qu'elles semblent faire corps avec le récit et refléter les goûts du personnage. Efficacité garantie : imiter les goûts d'un acteur aimé, c'est une façon de lui ressembler."

"L'annonceur, qui paye cher sa présence bien visible dans une œuvre de fiction, attendra des auteurs, à l'intérieur du scénario et de la réalisation, la mise en valeur de sa marque. Un dialogue plus ou moins explicite pour vanter le produit, et des images qui s'attardent sur les logos..."

"Comme toute entreprise, la publicité exige un retour sur investissement et les garanties correspondantes. Le placeur de produit va donc vouloir investir dans des œuvres qui s'adressent à un vaste public. L'audimat a encore des beaux jours devant lui car pour un diffuseur la recherche légitime de financement ne manque pas d'influencer ses choix et sa ligne éditoriale."

"Tant qu'on refusera d'assurer l'essentiel du financement de France Télévisions directement par ses usagers au travers d'une redevance revalorisée, la réforme de l'audiovisuel public conduira à une impasse. On la condamne à choisir entre la gestion de la pénurie et un financement complémentaire fait de combines et de perceptions opaques."

Le Groupe 25 Images tance le président de France Télévisions - mercredi 17 décembre 2008

L'association de réalisateurs de films de télévisions accuse le président de France Télévisions de vouloir "remplacer la dictature de l'audimat par une organisation pyramidale qui, au bout du compte, conduit à donner les pleins pouvoirs à un programmateur unique".

Le Groupe 25 Images rappelle que, depuis l'instauration d'une société unique de l'audiovisuel public, elle demande l'adoption "d'un système de guichets multiples autonomes, concurrentiels et dotés de budgets séparés pour éviter la concentration des pouvoirs de décisions et permettra la diversité des projets".

E.T. TELEVISION – 19/12/08

Une lettre de Carolis inquiète les producteurs

Une lettre, à l'origine confidentielle, de Carolis au producteur Serge Lalou (Les Films d'Ici) fait actuellement réagir le milieu des producteurs. Cette lettre, datée du 1er décembre, en réponse à une lettre de Serge Lalou du 13 novembre, a circulé de producteur en producteur et d'organisation en organisation. Depuis quelques jours, elle est même disponible en intégralité sur le site Marianne2.fr. A ce jour, elle a été lue plus de 10 000 fois selon les chiffres affichés en bas d'article. Pourquoi cette lettre fait-elle tant parler? Parce qu'elle explique par le menu comment le groupe France Télévisions sera organisé pour traiter les propositions de projet des producteurs, autrement dit le "guichet" de FTV. Contacté par *E.T.*, Jacques Peskine, délégué général de l'Uspa (union syndicale de la production audiovisuelle) a affirmé que cette lettre avait "mis le feu aux poudres". Il dénonce notamment "une énorme pyramide". Avant de préciser qu'il ne souhaite pas pour autant un retour à un guichet "chaîne par chaîne". Le courrier de Patrick de Carolis a incité plusieurs organisations, dont l'Uspa, la Scam et la SACD, à adresser une lettre commune (non publique) à France Télévisions. Ces mêmes organisations devaient rencontrer France Télévisions à ce sujet hier soir. De son côté, le SPI (syndicat des producteurs indépendants) devait également évoquer cette lettre, hier, lors d'un conseil d'administration. Pour Juliette Prissard-Eltejay, déléguée générale du SPI, la nouvelle organisation de France Télévisions rappelle "le film *Brazil*", où tout passe d'un bureau à un autre. Elle reconnaît toutefois que cette organisation est "conforme à ce qu'elle avait entendu".

Par ailleurs, le **Groupe 25 Images**, via un communiqué, a également souhaité réagir à cette lettre. Tout comme Jacques Peskine, l'association regrette une organisation "pyramidale". "En voulant la mettre sous la coupe réglée d'un dispositif administratif caricatural, il veut remplacer la dictature de l'audimat par une organisation pyramidale qui, au bout du compte, conduit à donner les pleins pouvoirs à un programmateur unique et omnipotent, écrit le Groupe 25 images dans son communiqué. La création ne se gère pas selon la seule logique industrielle. Elle doit dépasser les études de marché et échapper aux spéculations diverses. Les créateurs veulent que leurs oeuvres soient appréciées et aimées pour leur qualité et leur originalité."

SATELLIFAX

SUPPRESSION PUB / FRANCE TV : le Groupe 25 Images pour une hausse de la redevance 14/01/08

Le Groupe 25 Images, l'association des réalisateurs de films de télévision, s'est félicité de l'annonce de la suppression de la publicité de l'audiovisuel public : « La perspective d'un service public de télévision débarrassé de la publicité ne peut être accueillie que comme une nouvelle de salubrité publique. » En revanche, l'association se pose des questions quant aux mesures compensatoires et appelle à une hausse de la redevance.

« Il s'agit non seulement de compenser la chute des ressources que procure la publicité, mais de donner au service public la faculté de s'affirmer face aux chaînes privées qui vont bénéficier automatiquement d'un afflux de moyens. Les idées ne manquent pas. Le courage politique, peut-être. Taxer la publicité, les jeux, le loto, internet, sans doute. Mais également oser porter la redevance à un niveau comparable à celui pratiqué par nos proches voisins européens. En toute logique, ce serait le corollaire de la décision de suppression de la pub actuellement envisagée», a déclaré le Groupe 25 Images dans un communiqué.

GROUPE 25 IMAGES : lettre ouverte à Jean-François Copé - 21/02/08

Le Groupe 25 Images, l'association de réalisateurs de films de télévision, a adressé hier une lettre ouverte à Jean-François Copé, président du groupe UMP à l'Assemblée nationale et président de la Commission pour la nouvelle télévision publique. Dans cette missive, le Groupe 25 Images interpelle Jean-François Copé à travers les propos que Nicolas Sarkozy a tenus mardi lors de la présentation de la commission : « Dans son discours, le président de la République s'est référé par trois fois à Claude Santelli. Savez-vous que Claude Santelli était un réalisateur ? D'avoir ainsi prononcé son nom vous a sans doute semblé suffisant pour rendre justice à une profession qui est au coeur de la création de télévision, à la tête des équipes qui lui donnent vie. » Le Groupe 25 Images trouve que les réalisateurs auraient eu leur place au sein de cette commission « à égalité avec les scénaristes que vous avez désignés, aux côtés des producteurs et des hommes politiques qui ont nécessairement une approche différente de la nôtre et d'autres compétences. » Et de conclure : « Que s'est-il passé ? Se méfierait-on des réalisateurs, de leur réputation d'exigence et de leur tradition d'indépendance ? [...] Des qualités qui, justement, étaient celles de Claude Santelli. Mais pour vous, sans doute, un bon réalisateur est un réalisateur mort. »

FRANCE TELEVISIONS : dénonciation du principe de l'entreprise unique - 18/12

Le Groupe 25 Images a dénoncé hier dans un communiqué le principe de l'entreprise unique qui va tuer « dans l'oeuf toute tentative d'innovation ou de renouvellement des sujets, des genres et des styles ». L'association de réalisateurs affirme que le président de France Télévisions, avec ce « système », va « étouffer la création et au bout du compte décevoir le public qui attend de sa télévision qu'elle affirme sa différence et sa diversité ». « La télévision publique doit s'appuyer sur une autre logique et retenir l'intérêt des téléspectateurs par la qualité, l'originalité et la diversité de ses programmes », affirme le Groupe 25 Images. « Pour cela, bien loin de les soumettre à des gestionnaires autoritaires et anonymes, elle doit rendre l'initiative aux créateurs », conclut l'association.

l'Humanité

Quelle ambition pour l'audiovisuel public ?

L'HUMANITÉ DES DÉBATS - Article paru le 16 février 2008

Rappel des faits. Lors de sa conférence du 8 février dernier, Nicolas Sarkozy a annoncé, à l'insu de ses ministres et du président de France Télévision, la suppression de la publicité sur les chaînes publiques

Ce fut un « tsunami médiatique ». Et de suite des inquiétudes quant à l'avenir de l'audiovisuel public. Pour France Télévisions surtout, pour Radio France aussi. Mercredi, s'est déroulée une journée de mobilisation, impressionnante par son ampleur avec grèves et manifestation rassemblant 4 000 personnes à Paris. Du jamais vu depuis l'éclatement de l'ORTF en 1974. En jeu : l'avenir du service public et particulièrement de France Télévisions, ses missions, son périmètre et donc sa pérennité, le pluralisme de l'information même si chacun peut aujourd'hui constater en ce domaine qu'il n'est pas respecté. Pour compenser la perte de ressources publicitaires et financer les heures d'émissions libérées par la suppression de la publicité, il faut au total 1,2 milliard d'euros. En ce domaine, et c'est l'une des raisons de l'inquiétude qui a gagné le paysage audiovisuel français public et au-delà : le flou règne. L'audiovisuel public, déjà cruellement sous-financé, ne sait pas comment il sera financé demain. Sarkozy s'apprête à parler pour dire comment il va procéder afin de compenser « euro par euro » cette perte de ressources. En coulisses et souvent en public, les patrons des chaînes privées répètent à l'envi qu'il y a trop de chaînes publiques, qu'elles ne paieront pas une taxe sur l'ensemble de la publicité supplémentaire qu'elle récupérerait. Et le président de la République refuse toute augmentation de la redevance audiovisuelle (116 euros aujourd'hui en France, 204 en Allemagne). En jeu aussi : l'avenir de la création. **Les réalisateurs du groupe 25 images** alertent : « L'année 2008 se solde déjà par un bilan catastrophique pour la télévision publique qui nous appartient. Pouvons-nous rester indifférents devant cette mise à mort délibérée ? » En laissant le champ libre aux chaînes commerciales qui n'attendent que cela.

Claude Baudry

Sarkozy installe la commission Copé

MÉDIAS - Article paru le 20 février 2008

« Y a beaucoup d'UMP », soupire un membre de la commission présidée par Jean-François Copé qui, composée de parlementaires et de professionnels, doit imaginer, d'ici à la fin mai, ce que peut être un audiovisuel public sans publicité. « Et puis, elle est présidée par Copé, remarque son voisin. Certes, il a des proches à la présidence de France Télévisions, mais quand il était au Budget, ce n'était pas un tendre... »

La discussion s'interrompt. « Avec l'école, la télévision permet l'accès et la transmission la plus large de la culture et des valeurs de notre société ! » assène Sarkozy. Et d'évoquer Jules Ferry pour dire que « la suppression de la publicité sur le service public n'est pas seulement un sujet financier, c'est une question de valeur et de transmission ». Fustigeant « la tyrannie de l'Audimat », car « pour atteindre cette audience puissante, la recette la plus sûre est de flatter les aspirations faciles », pour lui, « le service public tel qu'on doit le concevoir, ce ne doit pas être du "pain et des jeux" ». Au triptyque « informer, cultiver, distraire », il substitue un nouveau mot d'ordre : « Élever, éveiller, exciter. »

Réaffirmant qu'« il n'y aura pas de privatisation de France Télévisions » et assurant que « chaque euro de recette publicitaire en moins sera compensé par un euro de ressource publique », il a chargé la commission non d'organiser le « concours Lépine de la fiscalité », mais d'examiner la « mise en place d'un "banachade de ressources" incluant une contribution

des chaînes de télévision privées et des opérateurs de télécommunications » dans la perspective d'une suppression de la pub soit dès le 1er janvier 2009, soit plus progressivement. Tout en prévenant : certes, les décrets Tasca vivent leurs derniers instants et une « dotation en capital » sera assurée dès 2008, mais « s'il vaut mieux financer le service public, il faut aussi permettre au secteur privé d'être plus dynamique en desserrant le corset de contraintes héritées d'un autre temps ».

En clair, pas de tabous. Et Copé de répéter : « Pas de tabous. » Mais « un grand absent : le financement, déplore Marc Chauvelot, l'un des porte-parole de l'intersyndicale (SNRT-CGT). Certes, il nous dit que chaque euro sera compensé, mais, outre le fait qu'il a été très évasif sur la question de la redevance, il faudrait savoir non seulement comment mais aussi et surtout combien. Car compenser 1,2 milliard d'euros - ce dont on a besoin - et huit cents millions, c'est-à-dire les seules recettes publicitaires, ce n'est pas la même chose. Quand on lui a dit que c'était 1,2 milliard qu'il fallait, il nous a renvoyé à l'audit que mènera Albanel, ne nous disant qu'il n'était pas d'accord avec ce chiffre. Comme les patrons des chaînes privées ! C'est là le piège. Et puis, au passage, je ne vois pas comment concilier un meilleur financement du service public et faire de nouveaux cadeaux au privé ».

Même son de cloche de la part de Carole Petit, du SNJ : « Sarkozy a pris des engagements très clairs, mais reste à savoir comment il va les tenir. Par ailleurs, s'il a beaucoup parlé des programmes, il ne faudrait pas qu'il oublie que, pour l'information aussi, il faut des moyens. » Quant à sa collègue de Radio France, Josiane Gacq (CFTC), même si l'intersyndicale de la « maison ronde » aura déploré que la commission Copé n'évoque qu'à la marge la question du financement de la radio publique, elle se dit « rassurée »... Comme nous le disait Patrick Roger, le directeur de France Info, « avec seulement quarante-cinq millions d'euros de recettes publicitaires, on est un peu moins concernés que France Télévisions. Même si quarante-cinq millions, ça représente à peu près le budget de fonctionnement de France Info »...

De fait, sous les lambris de l'Élysée, les réactions étaient partagées. **Ainsi pour Maurice Frydland, président du Groupe 25 images**, notant au passage qu'il n'y avait « pas un seul réalisateur dans la commission » : « Le discours de Sarkozy, on aurait pu l'écrire. Reste que l'audiovisuel public a besoin d'un financement pérenne. Il est donc incompréhensible qu'une augmentation de la redevance ne soit pas évoquée... » Philippe Lefait, lui, pense qu'il suffira « d'attendre que les municipales soient passées pour que la question de la redevance puisse être à nouveau posée ». Pour le présentateur des « Mots de minuit », même s'il se demande « comment seront financés les programmes qui remplaceront la publicité », ce qui importe c'est qu'« on est peut-être en train d'assister là à la mort de l'Audimat, cet instrument qui nous disait que Rambo et Maupassant, c'est la même chose ».

Alors qu'une AG d'information se tenait hier à France Télévisions et que, sur la question connexe de l'audiovisuel extérieur (lire notre édition de lundi), des annonces auront lieu en fin de semaine (Alain de Pouzilhac et Christine Ockrent pourraient prendre la tête de France Monde, la holding destinée à chapeauter RFI, TV5 et France 24), la prudence est de mise, les socialistes, après avoir refusé d'assister à l'installation de la commission (où l'on trouve les communistes Jack Ralite et Ivan Renar), n'excluant pas d'y participer « à condition que tout ne soit pas pipé d'avance ». Prochaine réunion : mercredi prochain. Hasard de calendrier, c'est ce jour-là que Patrick de Carolis, le président de France Télévisions, a convoqué un conseil d'administration au cours duquel il exigera des engagements pour compenser les trois cents millions d'euros qui lui manqueront dès 2008. À l'issue du discours de Sarkozy, il aura dit : « La feuille de route est claire, nous avons eu des réponses à certaines demandes que nous formulions. »

Sébastien Homer

Commission Copé.

Dans l'actu - paru le 23 février 2008

Après le **groupe 25 Images** (réalisateurs de fictions) qui regrettait l'absence de réalisateurs dans la commission Copé chargée d'étudier les conséquences de la suppression de la publicité sur les chaînes publiques et de définir ce que sera la « nouvelle télévision publique », le Syndicat des réalisateurs et créateurs du cinéma, de la télévision et de l'audiovisuel (SRCTA-UNSA) a lui aussi demandé que plusieurs réalisateurs travaillant ou ayant travaillé pour le service public soient intégrés dans la commission. De son côté, la Fédération CGT du spectacle dénonce « l'absence totale de représentants des personnels de France Télévisions. Cette décision constitue, pour elle, un déni de démocratie qui augure mal des conclusions des travaux de cette commission. En conséquence, elle demande que sa composition soit réexaminée et fasse toute sa place aux organisations représentatives des salariés ».

Les inquiétudes du Groupe 25 images

MÉDIAS - Article paru le 21 mars 2008

Audiovisuel . Les réalisateurs veulent préserver le service public.

Le Groupe 25 images vient de placer à sa tête un directoire de quatre réalisateurs pour succéder à Maurice Frydland et Jean-Pierre Marchand qui en deviennent présidents d'honneur. Jean-Pierre Igoux, Laurent Jaoui, François Luciani et Alain Nahum prennent donc la tête de ce groupe de réalisateurs avec, comme secrétaires généraux, Luc Béraud, Roger Kahane et Chantal Picault.

Du sang neuf donc en cette période où « les réalisateurs voient avec inquiétude l'avenir de la télévision dans notre pays ». Ceux-ci se désolent de « la dégradation de leur métier dans un système de production où les créateurs sont de moins en moins valorisés ». Naturellement, leur assemblée générale a été marquée par la décision de Sarkozy de réfléchir à la suppression de la publicité. Une vieille revendication du Groupe 25 images qui a milité pour la suppression de la publicité sur les chaînes publiques depuis sa création. « Mais l'improvisation dans laquelle cette mesure a été annoncée et le manque de garanties quant à son financement ont pour effet immédiat de geler une multitude de décisions de mise en production », regrettent les réalisateurs. Pour eux aussi, « de toute évidence, quand le président de la République a lancé son annonce le 8 janvier dernier, il l'a fait sans aucune concertation et pour répondre à des demandes pressantes des télévisions commerciales qui voient leurs audiences diminuer et en conséquence leur valeur de rachat s'effondrer. La révélation récente d'un livre blanc rédigé par les services de TF1, adressé aux conseillers de l'Élysée et des ministères, aggrave le malaise de toute la profession en jetant un doute sur la sincérité des décisions annoncées », explique le Groupe pour qui « l'avenir de la télévision doit se penser dans sa globalité et non pas en réglementant le service public tout en libéralisant le secteur privé ».

Au cours de leur réunion, les réalisateurs ont fait le constat qu'à France 2 les projets annulés ne se comptent plus. D'autres sont reportés sine die. « Toute une profession est sinistrée : techniciens, personnels permanents ou intermittents, industries techniques, comédiens, producteurs, scénaristes et réalisateurs. Sur les chaînes privées, qui s'approprient pourtant à tirer bénéfice de nouvelles ressources publicitaires, la diffusion de séries américaines devient systématique et s'installe une politique malthusienne ». TF1 a fait de la série les Experts et de ses dérivés son bras armé pour redresser une audience fatiguée. « Faute d'une incitation énergique à la production, la loi du profit ne fera qu'aggraver cette tendance », relève le Groupe 25 images en se prononçant pour la reconduction des quotas. « Ce dispositif devait être reconduit et aménagé en fonction d'une nouvelle définition de l'oeuvre audiovisuelle. Le Parlement unanime s'était déterminé dans ce sens », rappelle-t-il. « Il faut remettre en place le système des quotas et élaborer un mode de financement du service public qui compense les pertes induites par la suppression de la pub. » Pour l'heure, les réalisateurs craignent que cela

américaines et ramener la production nationale à des programmes sous-financés diffusés à des horaires de faible écoute ».

Pour eux, « le dispositif qui mettrait les programmes de la télévision publique à l'abri à la fois de la pression des intérêts marchands et de celle du pouvoir d'État devrait s'appuyer sur une augmentation progressive de la redevance (actuellement moins de 32 centimes par jour) qui la ramènerait à un niveau comparable à celle de nos voisins européens (et inciterait le spectateur à une exigence accrue sur le contenu des programmes) et une taxation des opérateurs audiovisuels qui prendrait en compte l'utilisation de l'espace hertzien dans tous ses aspects. » Enfin, le Groupe 25 images demande à avoir droit de cité dans les instances de décision qui pourraient être mises en place.

C. B.

La commission Copé interpellée par les réalisateurs

MÉDIAS TÉLÉ - Article paru le 11 avril 2008

Le Groupe 25 Images, association de réalisateurs de fictions de télévision, a été reçu par la commission Copé, mercredi. Comme ils n'avaient pas été « conviés à faire partie de la très éminente assemblée », ils ont voulu rappeler que pour eux la définition d'un « modèle culturel et de création » doit répondre aux « maîtres mots » que sont l'indépendance, la diversité, l'engagement de production et la transparence des ressources.

Pointant du doigt ceux qui « nient l'identité de la télévision de service public » comme pour « vouloir sa perte », le Groupe 25 Images a rappelé sa conviction que « notre pays a besoin d'un audiovisuel public fort pour maintenir et accentuer une émulation active avec les chaînes privées. Pour élever la qualité des programmes, là comme ailleurs, la concurrence bénéficie aux téléspectateurs. C'est pourquoi nous pensons que l'avenir de la télévision doit se penser dans sa globalité et non pas en réglementant le service public tout en libéralisant le secteur privé ». Dans un communiqué, les réalisateurs estiment que le principe des quotas qui impose à l'ensemble des chaînes des obligations de production ne doit pas être remis en cause. « Si l'on abroge leurs obligations de production patrimoniale, les télévisions privées auront les mains libres pour importer encore plus de séries américaines et réduire la fiction nationale à des programmes de seconde zone diffusés à des horaires de faible écoute », jugent-ils.

Craignant par voie de conséquence que les chaînes du service public n'aient plus qu'à « gérer la pénurie ». Favorable à la suppression de la publicité sur le service public, ils n'en demandent pas moins avec force « un financement pérenne et à la hauteur des sommes affectées aux programmes dans les chaînes commerciales ».

Le Groupe 25 Images, voulant que soit garantie la diversité des programmes, s'arrête sur la question du financement et se prononce à nouveau « pour la réévaluation de la redevance à la hauteur des autres grands pays européens, car elle seule matérialise le lien entre la télévision et ses usagers ». Elle est de 204 euros en Allemagne, de 180 euros en Grande-Bretagne. Et d'argumenter par l'exemple. « Chaque fois qu'on fait ses courses, on paye la redevance des télévisions privées : le prix de tous les produits est augmenté du coût de la publicité. La gratuité de la télévision est une illusion. Une redevance audiovisuelle claire, affichée et réévaluée, serait, elle, entièrement affectée au secteur public et à la fabrication des programmes.

« La création a un prix, souligne le Groupe 25 Images. Si la fiction hollywoodienne s'exporte dans le monde entier c'est aussi parce que ceux qui la financent lui donnent les moyens de sa qualité. Vouloir renoncer à la fiction française au motif qu'elle coûte trop cher serait une atteinte à la culture nationale. La fiction témoigne de notre civilisation et un pays qui renonce à se représenter abdique de son indépendance. En matière d'imaginaire, la rentabilité n'est pas un simple jeu comptable. »

Claude Baudry

Copé au montage

MÉDIAS - Article paru le 9 mai 2008

suppression de la pub . Face à la réorganisation annoncée, les syndicats sont prêts à se mobiliser. Sébastien Homer

« La suite au prochain numéro » : tel était le message de la réunion, avant-hier, de la commission Copé, chargée de réfléchir à la suppression de la pub sur l'audiovisuel public. « Sauf qu'on en a marre d'attendre et qu'au regard de ce qui est d'ores et déjà préconisé, c'est suffisamment inquiétant pour ne pas rester les bras croisés », grimace Jean-François Téaldi, du SNJ-CGT de France Télévisions, prêt à appeler à une nouvelle journée d'action des salariés de l'audiovisuel public « avant le mois de juin ».

En effet, Jean-François Copé a dessiné, dans le cadre de la transformation de France Télévisions en une « entreprise unique », une nouvelle organisation « matricielle » en deux pôles : un pôle « horizontal », où l'on trouverait « les contenus » (avec « des unités éditoriales par genres » : info, fiction, sport...), et un pôle « vertical », celui des « supports », c'est-à-dire les chaînes « dont les identités devront être renforcées et clarifiées », ainsi qu'un « portail Internet unique », mais aussi les « supports à venir », comme la téléphonie mobile.

Le but ? « Éviter les concurrences inutiles et favoriser les synergies », assène Copé, assurant qu'il ne parle pas là de « fusion ». Et d'ajouter : « Il faudra d'ailleurs y associer l'ensemble des salariés de France Télévisions. » En revanche, il botte en touche quand on l'interroge sur la question du financement. « On verra ça la semaine prochaine... » Or, au vu du rapport de méthode rendu mi-avril, la CGT, dans le prolongement des conclusions de la commission économique du comité de groupe de France Télévisions, préconise un « moratoire » de la suppression de la pub sur l'audiovisuel public, une demande qu'appuie le sénateur communiste Jack Ralite, membre de l'atelier « modèle culturel » de la commission.

Pire ! Interrogé pour savoir si la question d'un « moratoire » a été évoquée par la commission, Copé ne daignera même pas répondre. En insistant, on apprend que ce sujet n'a pas été abordé, l'un des membres de la commission glissant : « Le mot n'a même pas été prononcé. » Ce que Ralite confirme : « J'ai soulevé la question, mais il m'a été répondu que ce n'était pas à l'ordre du jour et que nous l'évoquerons la semaine prochaine, lorsque nous aborderons la question du financement. Mais plusieurs membres de la commission m'ont déjà dit qu'ils étaient intéressés par ce que j'ai proposé... »

En tout cas, pour l'instant, le schéma qu'esquisse la commission Copé n'avance aucune piste sur un financement alternatif à la suppression de la pub. Ce qui inquiète les syndicats. « À nous dire qu'il faut faire des synergies à tout prix, estime Maryse Richard, du SNJ de France 2, c'est, d'une part, méconnaître le fonctionnement de la télé publique, parce qu'il y a déjà des synergies, ne serait-ce que sur des événements comme les élections ou les JO, mais c'est aussi nous annoncer que ce qui importe, c'est de tailler dans les effectifs. » Et sa collègue Dominique Pradalié d'embrayer : « On voit déjà ce qui se profile. D'un côté, une usine à cracher des contenus et, de l'autre, des supports sur lesquels on les dispatchera. Les mots sont emblématiques. "News factory", ça veut dire fabrique d'info. Or, l'info, ce n'est pas quelque chose qu'on fabrique. C'est quelque chose qu'on recueille et que l'on transmet. »

Or, comme nous l'explique Jean-François Téaldi, du SNJ-CGT : « En région, comme si on anticipait les conclusions de la commission Copé, ça commence déjà à fonctionner au ralenti et à l'économie. Résultat, la colère monte... » La CGT de France 3 appelle déjà les salariés à se mobiliser le 15 mai pour la défense des services publics alors que, le 14, l'intersyndicale de l'audiovisuel public sera reçue par l'atelier économique de la commission Copé. Quant à Jack Ralite, il a lancé sur son blog (www.quelle-tele-publique.fr) une pétition intitulée « Pas de télévision publique à prix cassé ». Et, le 2 juin, à l'initiative, entre autres, du **Groupe 25 Images**, aura lieu au Théâtre des Folies-Bergère une soirée de soutien des créateurs de l'audiovisuel

pour la télé publique. La suite au prochain numéro...

La création se mobilise

MÉDIAS - Article paru le 27 mai 2008

On assiste à un vaste valse des chiffres qui renforce notre inquiétude », déplore le réalisateur François Luciani (les Camarades, le Procès de Bobigny, l'Algérie des chimères). « Ce qu'on ressent c'est une déstabilisation du service public. Il y a un ralentissement des commandes, des reports de projets », dit **le réalisateur du Groupe 25 Images**, l'une des organisations (1) qui ont décidé de faire du 2 juin « une soirée festive et engagée » au Théâtre des Folies Bergère à Paris à 20 heures. Et de lancer à cette occasion un appel pour inviter « tous ceux qui souhaitent manifester leur inquiétude devant les menaces qui pèsent sur la vie culturelle de notre pays et déstabilisent notamment la télévision publique ».

« L'idée de la suppression de la publicité sur le service public, en soi une bonne chose, est une idée ancienne », rappelle le réalisateur. Et de se souvenir que c'est Giscard, alors président, qui avait démantelé l'ORTF en 1974, que c'est Léotard, alors ministre de la Communication de Chirac, qui avait vendu TF1 à Bouygues. D'où la méfiance à l'égard de la proposition improvisée de Sarkozy. Et de la commission Copé pour « une télé du futur qui risque de déboucher sur pas de télé publique du tout. Nous sommes à trente jours du rendu de la copie de la commission Copé. Et le doute d'étouffement et donc de l'appauvrissement du service public au profit de groupes privés est de plus en plus clair. Nous voulons qu'il y ait un service public fort, libre et indépendant, c'est une question de démocratie », martèle-t-il.

Parmi les organisations signataires de cet appel, il y a des différences de points de vue, indique-t-il. « Mais nous avons un intérêt commun, c'est le service public. C'est la télé publique qui est en danger ! »

À la clef de la diminution drastique de l'offre de programmes, « il y a la disparition de milliers d'emplois, permanents ou intermittents, qui touchent tous les secteurs du spectacle, de l'information et des industries techniques », notent les signataires de l'appel. « À l'heure des bouleversements technologiques qui offrent un grand potentiel de croissance, il serait irresponsable de supprimer ou de réduire des recettes sans, dans le même temps, assurer un financement dynamique et pérenne. Le système français fondé sur des obligations de production des diffuseurs a permis jusque-là d'assurer une création française forte et originale. « Quelles que soient les solutions envisagées, nous affirmons notre opposition à toute remise en question de ces obligations de production », note encore l'appel. Déjà en novembre dernier, 21 organisations de l'audiovisuel s'étaient mobilisées bien avant la sortie de Sarkozy pour défendre le principe des obligations patrimoniales des diffuseurs, devant la tentative des groupes privés TF1, M6 de remettre en cause leurs obligations en matière de production de fictions et de documentaires.

« La télévision publique, vecteur de culture, de diversité et de richesse, appartient à tous : rassemblons-nous pour soutenir la création, l'innovation, pour construire la télévision de demain et les médias du futur », clament les créateurs. Au même moment, TF1, Canal Plus et M6 ont annoncé la création de l'Association des chaînes privées (ACP).

(1) Groupe 25 Images, USPA, UGS, SPFA, SFA, SPI, F3C CFDT, AGRAF, SEDPA, États généraux de la culture, Adami, SRF, ADDOC...

Claude Baudry

Copé persiste, la création résiste

MÉDIAS TÉLÉ - 2 juin 2008

Sale temps à France Télévisions. Non, nous ne parlons pas des rumeurs de départ du rédacteur en chef du 20 heures de France 2, Thierry Tullier, ou du blâme qu'ont reçu les

l'un d'eux se faire masser par une jeune femme qu'il interroge. Si, au SNJ, on trouve cette histoire « scandaleuse » la Société des journalistes se refuse à tout commentaire, un membre nous disant : « Quand le Titanic coule, on ne se soucie guère des conneries en cuisine. » Ce qui préoccupe l'audiovisuel public, c'est ce qui se passe du côté de la commission Copé qui a vu les parlementaires de gauche annoncer leur départ, après le refus catégorique de Sarkozy de voir la redevance augmenter. Les salariés de l'audiovisuel public préparent donc la mobilisation du 18 juin. Et certains iront ce soir aux Folies Bergère, une trentaine d'organisations (**le groupe 25 Images**, l'USPA, les États généraux de la culture...) appelant à « manifester leur inquiétude devant les menaces qui pèsent sur la vie culturelle de notre pays et déstabilisent notamment la télévision publique ».

La CGT de France Télévisions, elle, n'ira « pas faire la fête aux Folies Bergère ». En cause ? « Le poids des producteurs dans cette initiative, nous explique Marc Chauvelot du SNRT-CGT. Ils refusent de voir les obligations de production remises en cause. Et donc ne veulent pas toucher aux décrets Tasca alors que, pour l'audiovisuel public, il est vital de pouvoir, outre conserver sa pub, avoir des droits sur les programmes qu'il produit. » L'initiative de ce soir devrait toutefois être conséquente. Surtout au regard des attaques qui se sont succédé. Le porte-parole de l'UMP, Frédéric Lefebvre, est revenu à la charge pour demander si ce n'est une « fusion » entre les deux chaînes parlementaires, du moins « une grille pour travailler en commun ». Quant à Nonce Paolini, le PDG de TF1, il s'est livré vendredi dans le Parisien à un numéro de pleureuse, oscillant entre mea culpa et énormités (du genre « la télé réalité va continuer si le droit du travail ne la tue pas »...)

Mais c'est Copé qui s'est encore illustré. Hasard ou coïncidence ? Jeudi, Viviane Reeding, la patronne des questions audiovisuelles pour l'Europe, a une fois de plus insisté sur la nécessité de mettre en oeuvre rapidement la directive télévision sans frontière (visant, en substance, à une dérégulation de la pub). Le lendemain, sur Europe 1, le patron d'une commission incapable de trouver le moindre financement alternatif crédible pour compenser la suppression de la pub sur France Télévisions se dira « favorable », outre à une application de cette directive « avant la suppression de la publicité à la télé publique », à une seconde coupure pub dans les fictions des chaînes privées : « Il n'est pas question qu'elles soient appauvries », a-t-il justifié, le ministère de la Culture se disant prêt à en débattre lors des discussions autour du projet de « la loi audiovisuel de l'automne ». Les principales sociétés d'auteurs, la SCAM et la SACD, se sont dites « abasourdies », estimant qu'est levé le « voile sur les véritables intentions de la réforme en cours : favoriser le marché de la télé commerciale quitte à fragiliser, voire à démanteler le service public ». Et Jean-François Téaldi, du SNJ-CGT de France 3, de soupirer. De Copé, plus rien ne nous étonne. Sa commission est nulle et non avenue. Voilà pourquoi on va demander à rencontrer celui qui l'a liquidé : Sarkozy. »

Ce week-end, confirmation des craintes exprimées. Au-delà du refus du patron de M6 de voir taxées les chaînes privées et l'appel du ministre du Budget à « explorer d'autres pistes » que la redevance, Rudy Salles, du Nouveau Centre, s'est demandé tout simplement, en ciblant France 4, France 5 et Arte : « Est-ce que nous n'avons pas trop de chaînes du service publique ? »

Les créateurs « vigilants »

MÉDIAS TÉLÉ - Article paru le 9 juin 2008 – Sébastien Homer

Audiovisuel . Sarkozy prêt à indexer la redevance sur l'inflation.

Deux euros ! C'est l'augmentation - royale... - que serait prêt à accepter Sarkozy pour une redevance qui, non contente d'être l'une des plus modiques d'Europe, n'a pas bougé depuis 2002. En revanche, pour l'élargissement de son assiette comme pour les autres pistes de financements censés compenser la suppression de la pub sur France Télévisions, il faudra attendre le 25 juin et le rapport de la commission Copé.

On peut également s'intéresser à ce soir la communication de la délégation du comité

d'organisation de l'appel du 2 juin en faveur « de la création et de la télé publique », qu'il a reçu mercredi - de « renouveler son engagement à compenser intégralement les recettes publicitaires perdues » et « être prêt à confirmer par lettre l'engagement de sécurisation du financement de la création audiovisuelle par France Télévisions » pour 2008 et 2009 et même au-delà. Pour le réalisateur François Luciani, **du groupe 25 Images**, « Sarkozy nous ayant écoutés, la rencontre a été positive. Les engagements pris devraient nous permettre de travailler sereinement. Mais tous les problèmes ne sont pas réglés et l'on sera extrêmement vigilants quant à l'avenir de l'audiovisuel public. Le groupe 25 Images, d'ailleurs, sera aux côtés des salariés en grève le 18 juin. »

En tête, le fait que Sarkozy semble plus enclin à demander un effort à une télé publique à laquelle il coupe les vivres qu'à des chaînes privées pour lesquelles il multiplie les cadeaux. Dernier en date ? Un amendement, dans le cadre du projet de loi de modernisation économique, allégeant le seuil anti-concentration des chaînes hertziennes. Jusqu'à maintenant, une chaîne dépassant 2,5 % d'audience ne pouvait être détenue à plus de 49 % par un même groupe. Le seuil va passer à 8 %. L'amendement est signé par le porte-parole de l'UMP, Frédéric Lefebvre.

Ensemble pour défendre le service public

MÉDIAS - Article paru le 18 juin 2008

Vincent Solignac, président de l'Union Guilde des scénaristes

« Je ne peux qu'être solidaire des personnels de France Télévisions parce que ce qui se profile, c'est la liquidation de l'audiovisuel public et de ses salariés. Du nettoyage ! Or, France Télévisions fait un travail remarquable et, pour s'en rendre compte, pas besoin de remonter, comme Sarkozy, jusqu'à Thierry La Fronde. Et s'il y a des divergences, il faut aller au-delà. Car ce qui se passe est trop grave. Et en face, on a des gens se croyant compétents alors que leur réflexion a vingt ans de retard. Prenez la deuxième coupure de pub pour les chaînes privées : ils ne se rendent même pas compte qu'ils offrent aux téléspectateurs une deuxième occasion d'aller voir ailleurs. »

Marie-Laure Augry, médiatrice de France 3

« Après l'annonce du 8 janvier, les gens n'ont pas saisi tout de suite la nature même des propos du président. C'est un peu plus tard qu'ils ont réagi sur le blog. La plupart n'avaient pas d'attente d'une refonte de l'audiovisuel public parce que l'identité du service public existe déjà pour eux. Alors beaucoup s'interrogent sur le pourquoi de cette réforme aujourd'hui. La pub ne semble pas outre mesure gêner les téléspectateurs et, pour un certain nombre, elle est même considérée comme un mal nécessaire. L'inquiétude est de retrouver un service public qui n'aurait plus les moyens de relever les défis qui sont les siens aujourd'hui. Certains ressentent l'annonce de la suppression de la pub plus comme un bienfait pour le privé que pour le public. Je suis pour ma part complètement impliquée à titre personnel dans le sauvetage et l'avenir du service public. »

Jack Ralite, sénateur PCF, ancien membre de la commission Copé

« Un mouvement avec les gens de la télévision est une nécessité. Les discussions à l'intérieur de la commission Copé a commencé sans qu'aucun d'entre eux n'y participe. Le débat a été kidnappé aux professionnels. Je leur souhaite aujourd'hui le plus large succès et j'appelle les téléspectateurs mais aussi les professionnels artistiques à participer à la manifestation. Parce que la télévision publique est un problème de société. Aujourd'hui, les professionnels vont pouvoir faire passer leur malaise. L'annonce de l'arrêt de la pub, donc la perte de 800 millions d'euros de recettes, sans produits de remplacement, et le rejet ensuite d'une augmentation même très modeste de la redevance est une véritable déstabilisation. On accumule non pas les

existe dans ce pays. »

Jean-François Téaldi (SNJ-CGT), journaliste à France 3

« Cette journée va marquer un tournant pour l'avenir de l'audiovisuel public. Le rapport Copé va nous assassiner : financement pas crédible, restructuration de France 3, restriction du nombre de régions, disparition de la rédaction nationale... et forte inquiétude sur le financement de l'INA et de Radio France internationale. C'est tout l'audiovisuel public qui est en voie d'être asséché. On attend une mobilisation plus importante que celle du 13 février où on avait mis 3 000 personnes dans la rue et 90 % de grévistes sur l'ensemble des sociétés. Même si on ne se fait pas trop d'illusions quant à la décision finale du président, les gens sont décidés à en découdre. Entre aujourd'hui et le débat parlementaire à l'automne, on a cinq mois pour faire bouger les lignes. »

Maurice Frydland. réalisateur (Groupe 25 images)

« Je serai à la manif parce que si l'on ne fait rien, à la rentrée on assistera au démantèlement de l'audiovisuel public. De fait, quand Sarkozy a annoncé la fin de la pub, j'ai d'abord trouvé cela formidable. Puis je me suis demandé comment financer cela, en sachant que si rien n'était prêt, il ne servait à rien de faire des effets d'annonce. La suite, on la connaît : aucun moyen de financement et une commission Copé qui n'est qu'un leurre. Ce n'est pas avec une taxe de ci, de là qu'on financera la télé publique mais en augmentant la redevance. Finissons-en avec le mythe de la gratuité. Quand on va au spectacle, on paye sa place. Et quand on achète son yaourt, on finance les télé commerciales. »

Emmanuel Priou, président du Syndicat des producteurs indépendants

« Bien évidemment, je serai à la manif. Parce qu'en ce moment, en toute tranquillité, en tentant même de nous anesthésier, on nous balade, en témoigne le débat au Sénat qui se conclut par le discours du bras droit de la ministre de la Culture qui ne parle que des mesures en faveur des chaînes privées ! Aujourd'hui, toute initiative pour défendre un audiovisuel public fort est la bienvenue face à une volonté de mettre en l'air en quelques mois un tissu fragile mis en place depuis des décennies. J'espère me tromper mais j'ai l'impression qu'avec Sarkozy, on a affaire à une berlusconisation de la France et de la politique : du pouvoir, du glamour et des chaînes de télé à sa botte. »

Michel Françaix, député (PS), ancien membre de la commission Copé

« Nous avons besoin d'un véritable service public fort car c'est lui qui est fédérateur. Je suis aussi pour l'existence de plusieurs télévisions pour la défense du pluralisme mais c'est le contraire de ce qu'il faudrait faire. Le service public n'aura plus les moyens de remplir sa tâche au bénéfice des chaînes privées. À la fin de ce processus, c'est moins d'argent pour la création, pour la diversité culturelle, pour les scénaristes, pour tous ceux qui vont dans le sens, comme le disait notre président de la République, d'un "projet de civilisation". Sauver le cinéma, sauver la création littéraire, sauver le service public, c'est le même débat. C'est le projet Malraux-Lang, qui peut être modernisé, mais ne doit pas être saboté et sabordé comme il l'est aujourd'hui. »

Dominique Pradalié (SNJ), rédactrice en chef du journal de la nuit sur France 2

« Pour nous, les deux priorités sont de se battre pour la défense du service public mais aussi pour le pluralisme de l'information ici très gravement menacé dans son indépendance. Cette journée est une étape essentielle à une semaine de la remise du rapport Copé au président. Et ce qui met du baume au cœur, c'est de voir que l'on est soutenu par les citoyens à qui l'on a dit « attention, on va vous voler votre service public » et qui l'ont très bien compris. Il faut dire que depuis le 8 janvier (date du discours de Nicolas Sarkozy - NDLR) on s'est beaucoup mobilisé. Nous avons été reçus plusieurs fois par la commission, en intersyndical mais aussi le SNJ seul. On fera notre travail jusqu'au bout. Beaucoup ont compris que le service public était un enjeu

Propos recueillis par Maud Dugrand et Sébastien Homer

« **La télé, ça devrait concerner tout le monde** »

MÉDIAS TÉLÉ - Article paru le 15 septembre 2008

Dans la dernière ligne droite, ça s'agite autour de la télé publique. Vendredi, le Groupement pour le pluralisme dans les médias s'est plaint à Matignon des largesses publicitaires en faveur des chaînes privées, tandis que l'ensemble des syndicats européens des télés et radios publiques ont lancé leur campagne de défense de l'audiovisuel public en interpellant la ministre de la Culture. Très sollicitée, elle a été sommée par le Syndicat des producteurs indépendants de trouver une issue face au blocage dans lequel se trouve la réforme des décrets Tasca, les conclusions étant attendues au plus tard pour le 1er octobre. En attendant, alors que la SCAM vient de démonter point par point le projet sarkozyen de suppression de la pub sur France Télévisions, les acteurs de l'audiovisuel organisent au Théâtre du Châtelet une grande soirée de mobilisation en faveur de la télé publique.

Entretien avec le **réalisateur Laurent Jaoui, coprésident du Groupe 25 images.**

Quel regard portez-vous sur l'avant-projet de loi sur l'audiovisuel ?

Laurent Jaoui. C'est toujours aussi catastrophique et n'en rend notre mobilisation que plus nécessaire. Sarkozy l'a prouvé avec la commission Copé : c'est lui qui est aux manettes et on est revenu à ce qu'il préconisait en janvier.

La mobilisation du 2 juin était plus festive que politique. Allez-vous corriger le tir ?

Laurent Jaoui. Lorsqu'ils sont en colère, les pêcheurs bloquent les ports, les routiers organisent des opérations « escargot ». Nous, on fait ce que l'on sait faire, à savoir du spectacle. Néanmoins, nous rassemblons désormais 46 organisations qui vont bien au-delà des « professionnels de la profession ». Ce que l'on veut montrer, c'est que la télévision - qu'il est si facile de critiquer - touche énormément de gens et de secteurs, et que la télé publique se doit d'en être le fer de lance, un modèle... Or, en l'affaiblissant au profit du privé, on s'en prend à un bien public. C'est le message que l'on veut faire passer, en particulier auprès des parlementaires.

Quid des salariés de France Télévisions ?

Laurent Jaoui. Ils sont à nos côtés, en témoignent la présence du SNJ ou des sociétés de journalistes. Et s'il y a encore quelques divergences, face à une attaque sans précédent, on se retrouve sur l'essentiel et on sera à leurs côtés.

Et comment mobiliser des téléspectateurs, certes attachés à la télé publique, mais hostiles à la redevance ?

Laurent Jaoui. Sur la redevance, il faut mener un travail pédagogique. Qu'on en finisse d'ailleurs avec le mythe de la gratuité des télés privées puisqu'au moindre achat on finance... la pub ! Ensuite, ce sera une question de courage politique. Mais, de fait, la télé - ne serait-ce que par le temps qu'on y consacre -, ça devrait concerner tout le monde.

Et à quoi ressemblera le petit écran si Sarkozy mène sa réforme jusqu'au bout ?

Laurent Jaoui. Les conséquences, nous professionnels, on les subit déjà, et des centaines de milliers d'emplois sont en jeu. Mais, comme les cycles de production sont longs, les téléspectateurs ne s'en rendront compte qu'au bout d'un an. Reste qu'on n'attendra pas pour faire comprendre que l'on veut d'une télé publique digne de ce nom, pas d'une télé d'État.

à 20 heures, théâtre du Chatelet à Paris.

Réservation sur www.appeldu2juin.com.

Entretien réalisé par Sébastien Homer

AUDIOVISUEL. « Ce sera une rude bataille »

MÉDIAS TÉLÉ – 24 octobre 2008

Lundi, les états généraux de la culture se réunissent à Paris autour de l'avenir de France Télévisions.

À l'initiative de Jack Ralite, son animateur, les états généraux de la culture se réuniront lundi 27 octobre, au Théâtre du Vieux-Colombier à Paris, pour une journée d'étude intitulée « Audiovisuel public en danger : lecture critique du projet gouvernemental et alternatives ». En jeu, l'avenir de l'audiovisuel public après la décision de Sarkozy de supprimer la publicité sur France Télévisions, qui sera effective le 5 janvier. Le projet de loi audiovisuel qui sera défendu par Christine Albanel le 25 novembre à l'Assemblée nationale apparaît comme une « réforme » égale en importance à celle qui avait décidé de la privatisation de TF1 en 1987. Certains le considèrent comme le début de la fin de l'audiovisuel public (voir l'interview de Serge Regourd en page précédente). « Aucune assurance allant dans le sens d'un financement suffisant, pérenne et garanti de l'audiovisuel public n'a été donnée par le gouvernement », relève Jack Ralite. « Le projet de loi qui sera soumis au Parlement prévoit une série de mesures préjudiciables à l'indépendance (nomination du PDG de France Télévisions par le président de la République), la force et la qualité du service public de l'audiovisuel. Cette situation, complexe et très inquiétante, impose que les citoyens, les personnels de France Télévisions, les acteurs de la culture et les politiques attachés au service public se réunissent pour penser ensemble, de manière critique, circonstanciée et précise, la véritable nature du projet gouvernemental afin de se donner les moyens d'une mobilisation efficace en pensant collectivement des alternatives », explique-t-il. « Une rude bataille parlementaire et politique nous attend », prévient le sénateur de Seine-Saint-Denis. Au cours de la matinée (à partir de 9 h 30), durant laquelle des comédiens comme Didier Bezace, Dominique Blanc, Jacques Bonnafé... liront des textes sur la télévision, doivent intervenir Pierre Musso, professeur des universités à Rennes-II, autour de la question « Télévision, pouvoir et société », puis, « Pour un état des lieux en France et en Europe de l'audiovisuel public-privé », Guy Pineau, chercheur, chargé d'enseignement à l'université Paris-III, Henri Maler, co-animateur de l'association Arimad, Carole Tongue, ancienne députée au Parlement européen, codirecteur de la Coalition britannique pour la diversité culturelle. Puis Alain Le Diberder, directeur général de Buzz2 Buzz, sur « L'Audiovisuel public au défi du numérique », avant un échange de vues avec la salle. À 14 heures. Serge Regourd, professeur de droit de l'université Toulouse-I, se livrera à un examen critique du « projet de loi modernisant le secteur public de la communication et relatif aux nouveaux services audiovisuels ». À 14h30, une table ronde, « Quel avenir pour France Télévisions ? », réunira, autour du réalisateur Marcel Trillat, Marie-Laure Augry, médiatrice des rédactions de France 3, Jean Bigot, directeur de la fiction à France 2, **Roger Kahane, réalisateur, membre du Groupe 25 images**, Bernard Stora, réalisateur, des représentants de la CGT et du SNJ. Puis Jack Ralite fera des propositions alternatives « pour un vrai service public de l'audiovisuel » avant de laisser la parole à la salle. Claude Baudry Le Théâtre du Vieux-Colombier, 21, rue du Vieux-Colombier, 75006 Paris. Métro : Saint-Sulpice ou Sèvres-Babylone

Paroles d'experts du quotidien

MÉDIAS - Article paru le 31 octobre 2008

Propos autour de la table ronde « Quel avenir pour France Télévisions ? », animée par Marcel Trillat.

Dominique Pradalier SNJ

Avec cent trente-sept éditions, soit environ cinquante heures d'infos par jour, journaux et magazines couvrent pour les citoyens l'information internationale, nationale, régionale et locale en métropole et l'outre-mer. Ce qui place le service public en principal garant d'une information

honnête, complète et pluraliste, parfois le seul dans plus d'une région française.

Jean Bigot, directeur de la fiction France 2

Aujourd'hui, les règles du jeu ont changé. On demande à France Télévisions de changer son économie, son organisation du travail, sa stratégie et sa direction. La question de savoir s'il faut cinq chaînes, une holding ou une société unique n'est pas l'important. Ce qui l'est, c'est le débat des onze mille salariés. Sachant que les conventions du travail ne se conjuguent pas de façon rapide. Et qui plus est dans le climat actuel où l'on ne sait pas si la direction va demeurer en place. À la question de savoir quel est l'avenir du service public, j'ai envie de citer cette phrase de Pierre Dac : « L'avenir, vous l'avez devant vous, mais si vous vous retournez vous l'avez dans le dos. » C'est un peu le sentiment des salariés de France Télévisions.

Jean-François Téaldi CGT

On parle de deux mille suppressions d'emplois à France - Télévisions. C'est l'équivalent, en temps plein, des cent quarante millions d'euros que demandait la commission Copé en terme de synergies à effectuer, dès 2008, par France Télévisions. Ce qui est totalement irréalisable. À moins de supprimer deux mille emplois. On est en plein mercantilisme. Le gouvernement s'attaque à l'ensemble des services publics. Il avait déjà commencé avec l'Assemblée nationale puis s'est ensuite attaqué à la Justice. Ce qu'il veut, c'est de moins en moins de services publics d'un côté, et de l'autre côté de plus en plus de groupes privés qui soient concurrentiels au niveau international.

Roger Kahane, réalisateur, membre du Groupe 25 images

Nous sommes dans un climat de mépris incroyable. Pour un certain nombre de services publics qui sont attaqués, il y a un mouvement d'opinion. Pour la télévision, ce mouvement d'opinion n'existe pas. Parce qu'il y a un travail de sape et de mépris au quotidien. Dans la vie du téléspectateur, la télévision est un tout. Et l'avenir de ce tout doit se penser dans sa globalité. La réglementation du secteur public, séparé de la réglementation de l'ensemble de l'audiovisuel, conduit à des anomalies. Les décideurs s'acharnent sur le seul secteur public.

Marie-Laure Augry, médiatrice des rédactions de France 3

Nous recevons les réactions des téléspectateurs, leurs analyses, leurs critiques, leurs félicitations... Quand il y a eu l'annonce de la réforme de l'audiovisuel, dans les courriels on s'est aperçu de l'attachement du public pour le service public. Mais à travers les réactions, on note qu'en aucun cas cette réforme ne correspond à une attente des téléspectateurs. Et le côté « pochette-surprise » de cette réforme vise surtout à susciter des interrogations et de l'incompréhension. Les téléspectateurs ont très vite compris qu'ils étaient les premiers concernés pour payer cette réforme. Pour eux, tout financement non pérenne mettra à mal le service public.

Propos recueillis par Fernand Nouvet

Audiovisuel. Points de vue

POLITIQUE / SOCIAL – ÉCONOMIE - Article paru le 26 novembre 2008

Maurice Frydland, président du Groupe 25 images

Que voulez-vous, ce projet de loi est une véritable catastrophe ! On bazarde le service public, et basta ! À partir du moment où l'on n'assure plus un financement pérenne, ça signifie que, dans quatre ans, le service public est mort. Je suis ahuri de voir comme les gens de bonne foi qui ont travaillé dans la commission Copé se sont fait rouler dans la farine. À la limite, qu'il y ait une seule société de service public, sur le mode de la BBC, ce n'est pas complètement débile. ça veut dire que les chaînes peuvent créer des synergies entre elles dans le domaine de l'information, du sport... Le seul point d'achoppement, c'est le financement. Le reste, comme

des paroles, des paroles ». Et du vent.

Charlotte de Turkheim, actrice

Je suis pour la défense totale et - inconditionnelle du service public. Il s'y passe des choses très intéressantes qu'il faut défendre. En matière de fiction, seul le service public a l'ambition de réaliser des fictions historiques comme l'Affaire Finaly dans lesquelles je joue cette semaine. Le service public aborde des thématiques que les chaînes privées n'abordent même pas. Éduquer, cultiver, sans être dans la rentabilité forcenée, c'est encore possible, et seulement sur le service public. Et c'est extraordinaire. Encore faut-il en avoir les moyens...

Vincent Solignac, président de l'Union Guilde des scénaristes

Nos collègues britanniques ont raison : il est intolérable que Sarkozy se réfère à la BBC parce que sa réforme, c'est l'antithèse de la BBC. Contrairement aux Anglo-Saxons, il n'a absolument pas compris que la culture, c'est un ciment social, c'est la fierté d'une nation. En réduisant encore le financement de l'audiovisuel public et les obligations des chaînes privées, on assiste à l'étranglement de la télé publique et de la création. Or, la qualité, ça se paye. À moins que ce ne soit le modèle de la gratuité façon Internet que Sarkozy veut voir se généraliser mais, à ce compte-là, on passera aux caisses sans payer. De fait, c'est de 20 % à 30 % de la profession qui est menacée. À ce traître de Copé qui a osé dire que lui vivant, il n'y aura pas d'augmentation de la redevance, qu'il sache que nous, vivants, on se battra pour que vive la création.

Daniel Mermet, producteur de Là-bas si j'y suis sur France Inter

Pour moi, la fin de la pub, c'était plutôt une bonne nouvelle. Sauf qu'elle était destinée à aider « l'ami » Martin Bouygues... Ça ôte toute envie de soutenir cette position. Personnellement, j'étais plutôt pour une augmentation de la redevance, au moins au niveau européen. Avec de l'information et un peu de pédagogie, on pouvait placer les auditeurs et les téléspectateurs devant leurs responsabilités. La compensation financière qu'on nous promet n'est pas suffisante, surtout qu'ils vont utiliser l'alibi de la crise pour justifier son faible niveau... Je suis aussi choqué par la nomination du président de France Télévisions par Sarkozy. Le CSA, c'était un cache-sexe, mais au moins ça existait ! Là, c'est le retour à une télévision d'État. Concernant la radio, on ne voit très bien encore comment ça va évoluer. Le problème est un peu différent : nous avons très peu de publicité, et on pourrait à la limite s'en passer. Cela dit, je suis solidaire avec les chaînes de télévision. Et je serai bien entendu à la manifestation.

Nina Companeez, réalisatrice

Je suis allée à toutes les manifestations et à toutes les réunions publiques sur le financement de l'audiovisuel public. J'ai même écrit au président de l'Assemblée nationale, Bernard Accoyer, et à Jean-François Copé pour leur faire part de mes inquiétudes. Et je suis stupéfaite du zèle des députés UMP, qui sont - encore plus nocifs que ce qu'a voulu Sarkozy. À mon âge, mes colères ne sont pas personnelles. Pour moi, la priorité, c'est la défense de la culture en France. TF1 et M6 n'ont pas le même type de programmes que le service public, même s'il y a des émissions de qualité inégale. Comme je l'ai écrit aux députés UMP, en France, ça ne porte pas bonheur de toucher à la culture. Le service public, ce sont des documentaires, des fictions, des magazines, qui sont - regardés par près de 8 millions de téléspectateurs chaque jour. À mon avis, la droite joue avec le feu. Et s'ils foutent en l'air le service public, je ne vote plus.

Nicolas Traube, producteur, ancien de la commission Copé

Rien de ce qu'on a proposé n'aura été retenu. On s'est donc fait copieusement instrumentaliser et on est cocu. Je suis bien obligé de donner raison aux plus pessimistes : on a affaire à un président de droite qui a été élu pour appliquer une politique de droite, avec le soutien d'un gouvernement et d'un Parlement de droite. Si, pour France Télévisions, ça devrait aller pour

sur la redevance pour s'attaquer au périmètre même de l'audiovisuel public, réduisant ses missions à leur plus simple expression. Avec, au passage, quelques cadeaux faits aux producteurs pour avoir la paix. C'est de la prospective, c'est peut-être pessimiste mais, malheureusement, je pense que tout cela est pensé politiquement.

Propos recueillis par Caroline Constant et Sébastien Homer



L'étonnement des réalisateurs - 20/02

Réagissant à l'installation de la commission sur "la Nouvelle télévision", le Groupe 25 images s'étonne dans une lettre ouverte à son Président, Jean-François Copé, que les réalisateurs de télévision ne soient pas représentés. "Il nous semble, lit-on, que les réalisateurs auraient eu leur place dans la commission que vous présidez, à égalité avec les scénaristes que vous avez désignés, aux côtés des producteurs et des hommes politiques qui ont nécessairement une approche différente de la nôtre et d'autres compétences (...) Le Groupe 25 images estime qu'il est inconcevable que votre Commission entre en action sans la présence de réalisateurs de films de télévision".

La pub clandestine inquiète les professionnels - 5/12

Le Groupe "25 Images", association des réalisateurs de films de télévisions, a publié un communiqué dans lequel il se déclare inquiet par le "placement de produits" envisagé par le projet de réforme de l'audiovisuel. *"A l'intérieur des œuvres, au détour d'un dialogue ou d'une image, c'est de la publicité qui ne dit pas son nom. Un acteur va vanter les mérites d'une boisson ou les performances d'une voiture dans le flot de la conversation (...) Efficacité garantie : imiter les goûts d'un acteur aimé, c'est une façon de lui ressembler"*, lit-on dans un communiqué de l'association.

"25 Images" redoute que cette pratique, instaurée pour aider le financement de la création sur les chaînes de la télévision, ne remette à l'ordre du jour *"des contraintes d'audience équivalentes à celles de l'audimat avec, en plus, un effet pernicieux et hypocrite d'une publicité clandestine"*.

En plus de dénaturer l'œuvre avec des personnages qui font la pub de produits, ou des images qui s'attardent sur les logos, *"l'annonceur, qui paye cher sa présence bien visible, attendra des auteurs, à l'intérieur du scénario et de la réalisation, la mise en valeur de sa marque. Comme toute entreprise, la publicité exige un retour sur investissement et les garanties correspondantes. Le "placeur de produit" va donc vouloir investir dans des œuvres qui s'adressent à un vaste public. L'audimat a encore des beaux jours devant lui car pour un diffuseur la recherche légitime de financement ne manque pas d'influencer ses choix et sa "ligne éditoriale"*.

Seule solution pour "25 Images", que l'essentiel du financement de France Télévisions se fasse directement *"par ses usagers au travers d'une Redevance revalorisée"*. Sinon, la réforme de l'Audiovisuel Public conduira à une impasse : une pénurie de moyens ou un financement fait *"de combines et de perceptions opaques"*.

Comment réaliser une télévision de qualité ? - 18/07

Partisans ou pourfendeurs des réformes en cours, chacun défend la télévision de qualité sans toujours la définir. Pour les professionnels, elle suppose de s'adresser à tous avec respect

Depuis plusieurs mois, le monde des médias – et au-delà – bruisse des réactions au projet de **supprimer la publicité sur les chaînes de la télévision publique**, lancé par le président de la République le 8 janvier.

Pourfendeurs et défenseurs de la réforme présidentielle confrontent leurs arguments. Mais tous affirment parler au nom d'un seul et unique principe : la promotion d'une télévision publique de qualité. Pour les uns, l'arrêt de la publicité inaugurerait « la fin de la tyrannie de l'audimat » (selon les termes de Nicolas Sarkozy) et laisserait le champ libre à une programmation plus exigeante et créative. Pour les autres, elle assécherait les ressources de manière si pénalisante que le service public ne proposerait plus que des émissions au rabais, loin de cette qualité tant espérée.

"Respectueuse des gens"

Quel que soit son « camp », comment ne pas adhérer à cette recherche de qualité – sous-entendu, de bonne qualité – pour le service public audiovisuel ? Mais que signifie précisément ce mot, aussi flou que consensuel, appliqué au premier loisir des Français ?

« Une télévision de qualité est une télévision respectueuse des gens, affirme le **réalisateur Patrick Volson**, auteur notamment de la série *Privés de télé* (2005) sur Arte (1). Ne pas considérer le spectateur comme un consommateur imbécile qui avale tout, pourvu que l'emballage soit séduisant ! Mais aussi, en tant que réalisateur, respecter ceux que l'on filme, tout particulièrement les personnes en situation de fragilité, ne jamais se servir d'eux... »

A cette idée de respect partagé, **Jean-Pierre Igoux**, coprésident du **Groupement 25 images** qui rassemble nombre d'opposants à la future réforme, ajoute celle de dignité. « C'est un terme qui n'est plus vraiment à la mode, je le sais bien. En tant que bien public, la télévision appartient aux citoyens. »

Le nécessaire orgueil de ceux qui font la télévision

Député européen, ancien président de Radio France et fondateur de La Cinquième, Jean-Marie Cavada, favorable depuis de longues années à la suppression de la publicité sur le service public, souligne, pour sa part, le nécessaire orgueil de ceux qui font la télévision : « On ne crée pas de bons programmes, on ne se bat pas efficacement pour les imposer si l'on n'éprouve pas d'orgueil à les défendre ! », insiste-t-il.

Selon lui, dans un univers d'âpre concurrence entre les chaînes, la qualité implique une courageuse pugnacité de la part des dirigeants. « Une attitude inverse de celle qui règne bien souvent, analyse Hélène Risser, journaliste spécialiste des médias à laquelle on doit notamment l'excellente émission de décryptage « **Déshabillons-les** », sur Public Sénat. Actuellement, on cherche à minimiser les risques, à se "border" en employant toujours les mêmes recettes, les mêmes animateurs... Or la qualité vient justement de la prise de risque. »

"Bernard Pivot, un modèle parfait"

Respect, dignité, orgueil, prise de risque... Comment juger qu'une émission répond à ces louables critères et, chose essentielle, rencontre un écho positif auprès du public ? « Si l'on regarde les émissions passées ou présentes, les exemples sont simples à trouver, affirme Jean-Pierre Igoux. Regardez Bernard Pivot, un modèle parfait : il faisait précisément une télévision de qualité, qui cultivait, éveillait la curiosité sans jamais ennuyer, ce qui est fondamental. Regardez aussi, plus près de nous, les fictions comme *Nuit noire* d'Alain Tasma ou *Un amour à taira* de Christian Faure : elles remplissent exactement la même fonction ! »

Pour Jean-Marie Cavada, la définition tient en un axiome : « Exigence du fond, simplicité et modernité de la forme. Vous ne pouvez faire en 2008, les émissions des années 70 ou 80. C'est exactement comme la presse écrite qui adapte régulièrement ses maquettes à l'évolution du temps. En revanche, je m'insurge quand j'entends dire que des sujets comme l'histoire ou la littérature sont devenus "vieillots" et n'intéressent plus le spectateur moderne. Rien n'est vieillot si la manière de l'évoquer est innovante et intelligente ! Ces réflexions sur la qualité ne datent pas d'hier. Nous avons créé La Cinquième en 1994 exactement pour cela : trouver une parade à la dégradation de la qualité sur les chaînes publiques d'alors... »

Changement de contexte économique

Prendre le passé pour modèle semble à la fois inévitable et handicapant, d'autant que le contexte économique a radicalement changé : concurrence entre les chaînes, bras de fer entre le service public et les antennes commerciales.

Selon Patrick Volson, cette ouverture à la concurrence a donné le glas d'une certaine qualité. Dans l'audiovisuel

le marché ne va pas dans le sens de l'amélioration du "produit", au contraire. Il entraîne une consommation facile et immédiate qui tire les choses vers le bas. »

Le réalisateur n'aspire pas pour autant à un retour à une « qualité made in ORTF ». « Je crains un repli vers un classicisme académique, appliqué aux seuls genres nobles comme la fiction. Or la qualité doit être créative, en prise avec son époque. Toutes les émissions sont concernées : les jeux, les divertissements méritent aussi qu'on les "soigne", comme l'ont fait autrefois Jean-Christophe Averty ou Denise Glaser. »

Des programmes divers pour des publics différents

Favorables ou opposés aux projets présidentiels, ces professionnels soulignent tous la nécessaire diversité des programmes, qui s'adressent à des publics différents et non à un public standard : « Entre la fameuse ménagère de moins de 50 ans qui obsède les publicitaires et le surdiplômé auquel sont destinés certains programmes d'Arte, il y a place pour bien d'autres téléspectateurs », revendique Jean-Pierre Igoux.

Reste alors à déterminer qui définira les critères de qualité... « Ce n'est certainement pas le rôle du pouvoir politique, assure Hélène Risser, en réaction à la décision de Nicolas Sarkozy de nommer désormais directement le président de France Télévisions (actuellement désigné par le CSA). Je crois qu'il faut instaurer davantage de souplesse dans le système au lieu de le verrouiller. En laissant notamment le temps aux émissions de trouver leur public. À l'image de ce qu'a su faire France 3 avec la quotidienne culturelle de Frédéric Taddei. »

Car le service public actuel n'a pas entièrement déserté le terrain de la qualité. Jean-Marie Cavada prend acte du virage éditorial « sensible » – même si l'on sent bien qu'il le trouve un peu timide – amorcé par le président de France Télévisions Patrick de Carolis.

Tandis que Jean-Pierre Igoux propose une comparaison toute simple : « Prenez le jeudi, deuxième partie de soirée : sur France 2, vous avez, après Envoyé spécial, une remarquable case documentaire intitulée Infrarouge. En face, sur TF1... La méthode Cauet ! Comment peut-on dire que c'est la même chose, à moins d'ignorance ou de mauvaise foi ? »

Emmanuelle GIULIANI

A la télé publique, la publicité fait de la résistance - 23/01/2009

Supprimée après 20 heures, la publicité n'a pas encore dit son dernier mot dans les soirées de France Télévisions

Depuis le 5 janvier, les écrans de France Télévisions ne sont plus envahis pas la publicité... en principe ! La mesure phare de la réforme de l'audiovisuel public n'a pas, comme on l'a cru un peu vite, supprimé totalement la publicité des soirées cathodiques du service public.

Tous les téléspectateurs s'en sont rendu compte dès le 5 janvier. Ainsi sur France 2, alors que David Pujadas venait d'évoquer « le big bang de votre télévision » et invitait les téléspectateurs « à rester avec nous pour cette première soirée vierge de publicité », les images qui suivirent le générique de fin du JT furent... celles d'aimables pingouins se dandinant sur la banquise au nom de Darty. Le marchand d'électroménager nous « présentait » le bulletin météorologique ! Une scène qui se reproduit depuis tous les soirs aux alentours de 20 h 30. Suivie bientôt par d'autres sponsors comme Jet Tours, Las Vegas, Point P ou Digital Group...

La réclame, chassée avec fracas par Nicolas Sarkozy, n'avait donc pas dit son dernier mot. En réalité, la loi votée à l'Assemblée nationale n'a pas banni les annonceurs des programmes du soir. Si elle supprime la publicité de 20 heures à 6 heures du matin, elle autorise, d'abord, la pratique du parrainage des émissions (à l'exception des émissions d'information, des journaux télévisés et des débats politiques ou d'actualité).

Des messages publicitaires qui ne montrent pas de produits

« Nous diffusons non pas des publicités, mais des messages courts – 6 ou 8 secondes – avant et après une émission. Ce message informe que le programme est parrainé par telle marque, mais il ne montre jamais un produit à l'écran », précise Bruno Belliat, de la régie publicitaire de France Télévisions.

Les événements sportifs, eux, peuvent être parrainés par trois marques maximum. D'après France Télévisions, le volume de ces parrainages n'a pas augmenté entre janvier 2008 et janvier 2009. « Si les téléspectateurs ont le sentiment d'en voir plus depuis le 5 janvier, ils se trompent : un arbre est toujours plus visible dans un désert que dans la forêt de Fontainebleau ! »

Est-on sûr que cette pratique ne va pas augmenter dans le futur ? « Je ne sais pas. Il y a une volonté de notre chaîne de ne pas charger la grille. Il est important à nos yeux de garder des espaces propres », assure Bruno Belliat. Christian Kert, le député UMP rapporteur de la loi à l'Assemblée nationale, précise que « dans la loi, nous avons fait une recommandation : le parrainage ne doit pas se substituer à la publicité ». Et au regard de ce qu'il a pu voir, il estime que la règle est suivie.

Une autre entorse à la suppression de la publicité a été admise par les députés : l'autorisation de «placer des produits» dans une émission, une fiction. « À ce sujet, poursuit Christian Kert, nous transposons une directive européenne qui autorise cette pratique. Les télé spectateurs sont prévenus dans le générique. »

Or, en février 2005, le CSA condamnait cet usage en des termes très clairs : « Il appartient aux éditeurs de services de télévision de veiller à ce que les œuvres qu'ils programment soient exemptes de mise en valeur visuelle ou verbale excessive d'un bien, d'un service ou d'une marque, que les produits utilisés s'insèrent naturellement dans le scénario et que leur exposition soit justifiée, sous peine de quoi le placement de produits relèverait de la publicité clandestine et à ce titre serait passible de sanctions. »

La « publicité clandestine » sur le point de devenir «légale»

Ce qui était défini comme « publicité clandestine » il y a encore peu est sur le point de devenir de la «publicité légale». Dominique Attal, du **Groupe 25 Images** (1), dénonce avec vigueur la libéralisation de cet usage : « Par le placement produit, la publicité entre de manière déguisée dans les fictions. Nous sommes devant un paradoxe et une hypocrisie. La loi, qui se présente comme supprimant la publicité sur les écrans publics, l'introduit en réalité dans des espaces d'où elle était bannie jusqu'à présent. Avant la réforme de l'audiovisuel, l'espace consacré à la publicité était clairement identifiable. Désormais, le téléspectateur sera exposé à la pub sans qu'il le sache clairement. »

La pratique du parrainage et du placement produit, outre qu'elle permet à la réclame d'occuper encore nos écrans, et donc, de toucher nos esprits – en particulier des plus jeunes –, soulève un autre problème : le rôle des annonceurs dans la confection des programmes. Nicolas Sarkozy voulait libérer le service public de la pression exercée par l'audience, lui permettre d'être plus innovant. Or, le parrainage ne permet-il pas à l'annonceur d'avoir un droit de regard sur les émissions ? N'est-ce pas d'ailleurs la raison pour laquelle les émissions d'actualité et de politique sont exclues de ce système ?

Selon certains, cette pratique jetterait un doute sur l'indépendance qui devait présider aux choix des futurs programmes. D'autant qu'un décret sorti discrètement pendant les fêtes ouvre partiellement le parrainage aux entreprises du médicament, et lève complètement les restrictions pour les émissions de téléachat : elles pourront désormais citer toutes les marques qu'elles veulent !

Un parrain attend un retour sur investissement

« C'est un fantasme, répond Bruno Belliat. Chronologiquement, nous montons une émission et nous cherchons un parrain. Et non pas le contraire ! » « Pas si sûr, pense-t-on du côté du Groupe 25 Images : un parrain n'est pas un généreux donateur. Il attend un retour sur investissement. Il s'associe à des émissions qui s'adressent à sa cible. Il serait naïf de croire cette donnée sans conséquence lorsqu'on commande une émission. »

Pour le placement produit, l'inquiétude est bien plus grande, comme le pense le **réalisateur Jean-Pierre Igoux** (La Pédophilie au féminin, Retiens-moi, L'Affaire Martial) : « C'est une très mauvaise nouvelle pour l'intégrité de nos œuvres. Pour comprendre ce que cela donne, revoyez le film Pédale douce : il y a une scène où Patrick Timsit vante les vertus d'un produit L'Oréal. Cette scène est parfaitement intégrée dans l'histoire. Mais elle a été écrite et filmée pour vendre ce produit. » Du côté de France Télévisions, on souffle que c'est déjà le cas dans des fictions comme Plus belle la vie, sponsorisée par la marque Quelle : les vêtements des acteurs sont tous issus du catalogue.

Dans un contexte de pénurie, il y a des raisons de penser que les gros annonceurs vont se pencher avec attention sur les futurs scénarios d'autant que grâce au téléfilm, le téléspectateur est captif. Ce qui est moins le cas lors des tunnels publicitaires.

« Or, ajoute Jean-Pierre Igoux, l'audience minimum d'une fiction descend rarement en dessous des trois millions de personnes... Les annonceurs auront donc intérêt à placer leurs produits dans ces œuvres. Et ils ne choisiront pas n'importe quelle histoire. Les producteurs qui auront besoin de leur argent devront en tenir compte. De sorte que la réforme de l'audiovisuel, loin de supprimer la pression des publicitaires sur les programmes, l'introduit, comme jamais, au cœur du réacteur. »

Laurent LARCHER

(1) Association qui regroupe une centaine de réalisateurs

Le Monde

Mobilisation en faveur de l'audiovisuel public – 16/06

Le 2 juin, les professionnels de l'audiovisuel organisent, au Théâtre des Folies-Bergère à Paris, une soirée spectacle, « afin de manifester leur inquiétude devant les menaces qui pèsent sur la vie culturelle de notre pays et déstabilisent notamment la télévision publique », à la suite de l'annonce présidentielle de la suppression de la publicité sur France Télévisions. Les organisations professionnelles (**Groupe 25 Images**, USPA, UGS, SPFA, SPI, F3C CFDT, DAMI, SRF, ADDOC, SYNDEAC, etc.) à l'initiative de cette soirée s'inquiètent « d'une diminution drastique de l'offre de programmes, films annulés, productions reportées. A la clé : la disparition de milliers d'emplois, permanents ou intermittents, qui touchent tous les secteurs du spectacle, de l'information et des industries techniques » (Appeldu2juin.com).

Une association de réalisateurs TV contre le placement de produits – 5-12

Le Groupe 25 images, association de réalisateurs de films de fiction pour la télévision, a dénoncé jeudi l'"effet pernicieux et hypocrite" du placement de produits dans les programmes, évoqué dans le projet de loi sur l'audiovisuel public actuellement en discussion au parlement.

La pratique du placement de produits "va créer des contraintes d'audience équivalentes à celles de l'audimat, avec en plus un effet pernicieux et hypocrite d'une publicité clandestine", a déclaré dans un communiqué l'association, qui revendique une centaine de membres.

Le placement de produits s'effectue par exemple via les paroles d'un acteur, qui vante les mérites d'une boisson, lors de dialogues intégrés au film.

Contrairement à la publicité, "le plus souvent encadrée dans des écrans pub", le placement de produits se fait "à l'intérieur des oeuvres, au détour d'un dialogue ou d'une image", souligne le Groupe 25 images.

"Personne ne soupçonnera que c'est un annonceur qui a exigé ces paroles, ces images, ces attitudes, qui impressionnent d'autant plus le consommateur qu'elles semblent faire corps avec le récit et refléter des goûts du personnage", ajoute l'association.

Le projet de loi sur l'audiovisuel indique qu'il "attribue au Conseil supérieur de l'audiovisuel un pouvoir réglementaire supplétif" à ce sujet, en raison du "caractère extrêmement détaillé et fluctuant de la réglementation qu'il s'agit de mettre en place et de l'expérience acquise par l'instance de régulation".

TV News • Le 06/01/2008

Il faut sauver le soldat Carolis !

Soutien inattendu pour Patrick de Carolis. Alors que le président de France télévisions est habituellement chahuté par le PAF, il vient de recevoir un appui inestimable des réalisateurs du petit écran. Rassemblés dans «Le groupe 25 images», ces professionnels attaquent les mesures du gouvernement prises à l'encontre du service public. Les refus d'augmenter la redevance et d'accorder à France 3 des crédits pour monter les antennes régionales en TNT sont l'objet des premières protestations. Le groupe dénonce également les pressions faites sur l'ancien présentateur des «Racines et des ailes». L'arrivée de François Guilbeau à la présidence de France 2 sur la décision de Patrick de Carolis a été contestée par le gouvernement en interne. «Il faut aider le soldat de Carolis», explique ce collectif. Cet appel de la profession est fort quand on sait qu'il regroupe des dizaines de professionnels dont Chantal Picault, réalisatrice de «Louis Page» et «L'Instit», ou Patrick Volson, qui a travaillé sur «Le Camarguais».

Télévision publique - FRANCE

Quel avenir pour la télévision publique ?

► Jean-François Copé remet aujourd'hui son rapport d'étape sur "la nouvelle télévision publique".

► La suppression de la publicité va entraîner une importante refonte.

► Les syndicats et réalisateurs s'inquiètent.

VIRGINIE ROUSSEL

CORRESPONDANTE À PARIS

Nicolas Sarkozy a dégouliné une grenade dans le jardin de l'audiovisuel public français en annonçant la suppression de la publicité lors de ses vœux à la presse, le 8 janvier dernier. Il déclarait vouloir ainsi "revoir profondément le cahier des charges de la télévision publique". D'autres avant lui avaient songé à des réformes, mais jamais personne n'était parvenu à résoudre l'éternelle question : comment financer cette grande télé publique ?

Environ un mois plus tard, Jean-François Copé, président du groupe UMP à l'Assemblée nationale, est nommé à la tête d'une commission pour la nouvelle télévision publique réunissant 33 experts qui vont des responsables de chaîne (France Télévisions, Arte, M6) aux producteurs (Guillaume Durand, Serge Moati...). Le calendrier est

désormais fixé : remise du rapport d'étape au Président de la République, ce jour; transmission des conclusions, le 25 juin prochain; examen du texte de loi sur la réforme de l'audiovisuel au début de la session parlementaire d'automne.

A travers ce rapport d'étape, Jean-François Copé a annoncé la diversification des activités de France Télévisions par le développement du numérique qui serait "l'origine du nouveau modèle de télévision publique et potentiellement générateur de très importantes recettes à moyen et longs termes". Pour 2008, France Télévisions recevra du gouvernement les 150 millions d'euros qui viendront compenser la perte des annonceurs qui se sont retirés après l'effet d'annonce du 8 janvier. La suppression de la publicité se fera finalement de manière progressive, de septembre 2008 à fin 2011, qui marque le passage de l'analogique au numérique. La commission Copé affiche donc une volonté de transparence en lançant son site www.matelepublique.fr. Mais, à ce jour, elle n'a toujours pas posé les modalités d'un financement pérenne de la télé publique : "Cela dépendra des scénarios choisis".

L'augmentation de la redevance audiovisuelle apparaîtrait comme la seule solution viable à condition de l'aligner sur celle des voisins Européens (200 € en moyenne au lieu de 116 € en France). Mais Nicolas Sarkozy a



► Jean-François Copé, à la tête d'une commission pour la nouvelle télévision publique.

fait du pouvoir d'achat l'une de ses priorités de campagne et n'y est pas favorable. Restent les taxes sur les technologies en plein essor. Mais Bruxelles s'était prononcé contre la taxe

Internet pour financer la télévision publique.

Jean-François Téaldi, secrétaire général du syndicat SNJ-CGT de France Télévisions s'interroge : "Je crains une tentative de déstabilisation du service public que l'on assèche de l'intérieur par des plans sociaux".

D'autres craignent que la manne publicitaire n'aille directement dans le giron de TF1 et M6, les chaînes privées. TF1, qui, dans un "Livres blancs" remis fin 2009 aux conseillers de l'Élysée et aux ministères, avait prié les pouvoirs publics de bien vouloir alléger la réglementation qui pèse sur la chaîne et de lui apporter "de l'oxygène pour un second souffle".

Le groupe 25 images, l'association de réalisateurs de films de télévision qui a été finalement reçue par la commission Copé, estime que l'avenir de la télévision doit se penser dans sa globalité. Et non pas en réglementant le service public tout en libéralisant le secteur privé. Le groupe redoute surtout que le principe des quotas qui imposent à l'ensemble des chaînes des obligations de production française ne soit remis en question : "Ce serait de la plus haute gravité. Si l'on abroge leurs obligations de production patrimoniale, les télévisions privées auront les mains libres pour importer encore plus de séries américaines et réduire la fiction nationale à des programmes de seconde zone diffusés à des horaires de faible écoute". ■



ESPRIT CRITIQUE par **Vincent Josse** - vendredi 6 juin 2008

Reportage **Mobilisation pour la culture**

le réalisateur François Luciani - co-président du Groupe 25 images, à l'origine avec une vingtaine d'autres organisations de l'appel du 2 juin pour soutenir l'audiovisuel, la fiction, la culture du service public - répond aux questions de Laurence Garcia.

LE TELEPHONE SONNE Par **Alain Bedouet** jeudi 23 octobre 2008

Questions sur le projet de réforme de l'audiovisuel public et la suppression de la publicité sur les chaînes de France Télévisions

Invités : - Christian Kert, Député UMP des Bouches-du-Rhône, membre de la Commission Copé sur la réforme de l'audiovisuel public, membre du Conseil d'administration de France Télévisions

- Didier Mathus, Député socialiste de Saône-et-Loire, a été lui aussi membre de la Commission Copé qu'il a quittée en signe de protestation, spécialiste des questions audiovisuelles pour le PS

- **Laurent Jaoui, réalisateur et scénariste pour la télévision, Co-Président du Groupe 25 images**, qui représente la majorité des réalisateurs de fiction pour la télévision

— Avec Corinne Audoin, de France Inter

J'AI MES SOURCES par **Colombe Schneck** jeudi 11 décembre 2008

placement de produits...

« Actuellement TF1 subit des contraintes réglementaires uniques au monde », dicit Martin Bouygues, interrogé ce matin dans le quotidien « Les Echos ».

Le patron du groupe Bouygues, propriétaire de TF1, ajoute aussi : « La limitation de la publicité, les quotas de production et de diffusion, ne sont plus adaptés à l'évolution du paysage audiovisuel. »

Le projet de loi sur la réforme de l'audiovisuel public prévoit un assouplissement de cette réglementation. Qu'en pensent ceux qui sont au premier rang, les producteurs de programmes de télévision ?

Virginie CALMELS, le PDG d'Endemol France, le premier producteur de télévision en France. Celui de la Star Academy, diffusé par TF1. Endemol vient de racheter la société de production du jeu quotidien « Attention à la marche » de Jean luc Reichmann," Formidooble"

Et **Laurent JAOUI, co président du groupe 25 images**, un mouvement qui rassemble des réalisateurs de fiction télévision,

RADIOS ET TELEVISIONS



Arnaud Laporte
En direct et en public de
Reims le vendredi 28 mars
2008 de 12h à 13h30

TOUT ARRIVE !

réalisation : Laurence Millet et Luc-Jean Reynaud.

Au sommaire, en première partie, l'état actuel et à venir de la fiction télévisée. Avec

Nina Companeéz, réalisatrice et présidente du jury des Rencontres Internationales de Télévision.

Et **Bernard Stora**, scénariste et réalisateur.

Puis, en seconde partie, à propos des orientations présentes de la télévision publique : objectifs, gestion, financement, programmes, publicité, etc. :

François Luciani, scénariste et réalisateur et co-président du Groupe 25 images, organisateur du Forum des cerveaux disponibles.

Eric Stemmelen, Directeur de l'antenne et des programmes de France 2.

Jack Ralite, Sénateur, membre de la Commission Copé sur l'avenir de la télévision publique.



DANIÈLE OHAYON - 30 MAI 2008

CHRONIQUE

Le public invité aux Folies Bergères pour soutenir la créativité audiovisuelle

A 9h47 : l'invité : François Luciani, vice président de l'association 25 images qui regroupe de nombreux réalisateurs.

Il parle de l'appel du 2 juin pour sauver la créativité dans l'audiovisuel public



Radios Chrétiennes Francophones

3 octobre 2008 à 9h05

CAFE-MEDIA

Quel avenir pour la télévision publique ? - 55 minutes

Invités de Stéphanie Gallet

Gérard Desmedt, journaliste à La Vie

Jean-Pierre Igoux, réalisateur, Groupe 25 Images

Antoine de Tarné, DG Ouest France, au téléphone



Le vendredi 17 octobre
L'appart

L'APPART

se penche sur l'avenir de la télévision publique, les médias indépendants sur le net, la publicité...

Les invités : **Nicolas Beau** - Directeur de la publication du site Internet **Bakchich.info** devait venir mais étant très occupé il a été remplacé par **Bertrand Rothé**, journaliste à Bakchich. **Jean-Pierre Igoux - Réalisateur, Président du Groupe 25 Images**, membre du collectif **Appel du 2 juin**

André Massot - Membre de l'association **Résistance à l'agression publicitaire**, responsable de la thématique télévision



25 Avril 2008

JOURNAL DE 13H

Invité de Colombe Schneck - Télévision publique et redevance
François Luciani, vice-président du Groupe 25 Images



17 décembre 2008 - LE 18H - le placement de produits
ITW au bureau sur de Jean-Pierre Igoux et Roger Kahane



Diffusion le 17 février 2009 - **LES DESSOUS DE LA LOI**

Chronique d'une suppression annoncée

ITW de **Laurent Jaoui** pour un documentaire qui dévoile pas à pas les coulisses de l'examen du projet de loi sur l'audiovisuel public au Sénat.

