

Réforme audiovisuelle : Franck Riester et la fin du syndrome gaulois.

Les livres d'histoire nous l'ont enseigné. La division des tribus gauloises aura été fatale à Vercingétorix dans la résistance qu'il opposait aux armées de Jules César, et le retard de Grouchy aura conduit à la défaite de Napoléon à Waterloo, face aux forces de la Septième Coalition. Ces rappels n'en rendent que plus remarquables les annonces du ministre de la Culture Franck Riester concernant l'évolution du cadre applicable à l'audiovisuel.



S'agissant du rythme, d'abord, les esprits chagrins regretteront d'avoir attendu plus de deux années après l'entrée en fonction d'Emmanuel Macron, afin de connaître le cap proposé par l'exécutif ; mais si l'on se limite au seul mandat de Franck Riester, il aura fallu **moins de 10 mois au nouveau ministre pour obtenir les arbitrages** permettant de le préciser, après sa prise de fonction le 16 octobre 2018. Et sans doute ce délai eût-il été sensiblement raccourci si le mouvement des Gilets Jaunes et la tenue du Grand Débat National n'avaient pas considérablement réduit la disponibilité du Président de la République et du Premier ministre dans les premiers mois de 2019. Riester n'est pas Grouchy !

Quant au calendrier d'atterrissage évoqué ces derniers jours (entrée en vigueur au 1^{er} janvier 2020 de la partie réglementaire de la réforme ; adoption définitive au printemps de son volant législative), il témoigne de la même volonté d'aller vite pour ne pas se laisser

déborder par les nouveaux Blücher : la vague des services OTT (Disney+, AppleTV+, HBO Max, DPlay...) qui [s'apprête à déferler sur l'Hexagone](#).

La méthode poursuivie par le ministre témoigne également d'**un éminent sens de l'équilibre**, et d'une détermination manifeste à réunir « l'équipe de France numérique », plutôt que d'exacerber les oppositions entre les acteurs nationaux.

Un marathon de réunions de 48 heures aura d'abord permis au ministre de présenter les lignes de force à l'ensemble des parties prenantes, ainsi qu'aux journalistes spécialisés. L'information aura donc été simultanément partagée, ou presque. Chacun aura pu exprimer ses réactions et/ou propositions complémentaires, avec l'espoir d'être entendu avant que la rédaction des textes soit définitivement arrêtée. Avec l'avantage, dans la société de l'hyper transparence numérique, de maîtriser la « sortie » des informations plutôt que de voir de les voir égrenées par des fuites successives, et de perdre la vision d'ensemble du projet.

Quitte à susciter les regrets des groupes audiovisuels, la recherche de l'équilibre aura été manifeste aussi dans les décisions concernant la publicité, avec de significatives avancées (ouverture de la publicité TV au cinéma, autorisation de la 3^e coupure, réduction des délais entre deux écrans et *last but not least* possibilité encadrée de recourir à la publicité adressée), tout en maintenant aux seules presse et radio la possibilité de promouvoir les opérations de promotion de la grande distribution.

L'encouragement au consensus des différentes parties s'est illustré, lui, sur le sujet des relations producteurs / éditeurs, avec la priorité donnée à la négociation professionnelle par rapport à des décisions *top down* concernant l'évolution de la part de production dépendante et/ou la définition de la notion d'indépendance.

Loin de jeter de l'huile sur le feu comme l'avait fait sa prédécesseuse François Nyssen lors du bras de fer Canal+ / TF1, le ministre s'est encore soigneusement tenu à l'écart du conflit opposant Free à Altice, refusant « *de s'immiscer* » dans les relations entre éditeurs et distributeurs, et favorisant sans doute, au final, le triomphe de la ligne de sagesse défendue par le patron d'Orange Stéphane Richard : une rémunération proportionnelle à la valeur ajoutée des services proposés par les chaînes.

Et même le niveau de contribution au financement de la création demandé aux plateformes globales - 16% du chiffre d'affaires réalisé en France - n'apparaît pas démesuré en regard des dispositions du décret SMAD ([21 à 26% pour les services français](#)), sous réserve que le gouvernement n'ait pas la main trop lourde dans le projet de loi de Finances, sur l'augmentation du taux de la taxe vidéo versée au CNC (2% aujourd'hui).

Reste maintenant à traduire ces orientations en décisions applicables. Sans atteindre, peut-on espérer, le niveau record de la réforme Sarkozy de 2009 (un bon millier d'amendements et plus de trois semaines de débat en séance publique, rien que pour la première lecture par l'Assemblée Nationale), il est peu probable que les Parlementaires se privent de leur capacité d'initiative lors de la discussion du projet de loi.

Tout juste peut-on espérer que prédomine le souci de mieux préparer les acteurs nationaux

à l'intensification de la concurrence. Quitte, pour cela, à « détricoter » certains des préalables posés par l'Autorité de la concurrence pour autoriser Salto et qui reviennent à priver à peu près complètement la plateforme de toute synergie avec ses actionnaires TF1, France Télévisions et M6.