



29.4.1998
DAJ/mc/sl

La mission de la radiodiffusion de service public, aujourd'hui et demain

Dans le préambule au Protocole d'Amsterdam, les Etats membres de l'Union européenne considèrent

"que la radiodiffusion de service public dans les Etats membres est directement liée aux besoins démocratiques, sociaux et culturels de chaque société, ainsi qu'à la nécessité de préserver le pluralisme dans les médias".

Cette reconnaissance expresse du rôle de la radiodiffusion publique dans un Protocole au Traité de l'Union européenne n'est pas seulement l'écho de la Résolution de 1996 du Parlement européen sur le rôle de la télévision de service public dans une société multimédia ; elle inscrit l'essentiel de cette Résolution dans un texte contraignant qui a la même force légale que les articles du Traité lui-même.

Comment un organisme de radiodiffusion marginalisé pourrait-il répondre aux besoins démocratiques, sociaux et culturels de la société ainsi qu'à la nécessité de préserver le pluralisme des médias, si cet organisme ne dessert que les élites culturelles ou d'autres groupes d'intérêts minoritaires et s'il se concentre essentiellement sur les types de programmes que, pour des raisons économiques compréhensibles, le secteur de la radiodiffusion commerciale n'assurera pas ? Pour remplir leur rôle, les organismes de radiodiffusion publics doivent constituer une force majeure dans le paysage audiovisuel national, et ils doivent répondre aux intérêts de toutes les catégories et de tous les groupes de la société par le biais, en particulier, d'une programmation de qualité s'adressant au plus grand nombre.

Les obligations des radiodiffuseurs publics en matière de programmation ne peuvent se réduire à un service clairement défini que tout le monde pourrait fournir. Elles ne sont pas quantifiables. En outre, le coût des programmes de durée identique dans une catégorie d'émissions données (sports, films, magazines, etc.) a tendance à varier considérablement, tout comme la qualité et le niveau de pertinence de la programmation envers la société civile. Les organismes de radiodiffusion commerciaux ne peuvent, par conséquent, pas remplir les obligations en matière de programmation du service public car ils sont, tout à fait légitimement, guidés par une logique commerciale. En revanche, en qualité d'organismes à but non lucratif, les organismes de radiodiffusion publics s'efforceront, par définition, de remplir du mieux qu'ils peuvent, avec les diverses ressources financières dont ils disposent, la mission publique dont ils sont investis en matière de programmation. Sans eux, le "merit good" *programmation de qualité pour toutes les couches de la société* ne serait pas fourni, puisque le marché lui-même ne peut pas le produire.

Le Protocole d'Amsterdam se contente, à juste titre, de mentionner la mission de radiodiffusion publique "telle qu'elle a été conférée, définie et organisée par chaque Etat membre". Il est ainsi reconnu que la radiodiffusion de service public est définie et organisée de manière tout à fait différente suivant les Etats. Loin d'exiger, ne serait-ce qu'une référence

ou un niveau minimum de définition de la radiodiffusion publique, le Protocole n'impose absolument pas qu'il doive y avoir "des obligations de service public clairement définies". Les Etats membres sont parfaitement libres, par exemple, de définir la mission de la radiodiffusion publique d'une manière large et générale en mentionnant globalement une programmation de qualité pour toutes les catégories de la population, répondant aux besoins démocratiques, sociaux et culturels de la société (pour répéter les termes utilisés dans le préambule au Protocole). En outre, il ne peut être question de définir des obligations spécifiques de service public (impliquant que le reste de la programmation des radiodiffuseurs publics n'est pas couvert par la mission de radiodiffusion publique). C'est l'ensemble des programmes d'un organisme de radiodiffusion public qui constitue la radiodiffusion publique, même si un cahier des charges ou autre réglementation peut expressément classer certains éléments comme étant absolument nécessaires dans la programmation globale du radiodiffuseur public. Dans cette optique, le Protocole n'utilise pas lui-même le pluriel ("obligations"), mais le singulier (*mission* en français, *remit* en anglais et *Auftrag* en allemand) lorsqu'il mentionne le mandat d'un organisme de radiodiffusion public.

Le financement de la redevance, ainsi que des revenus plus ou moins limités provenant d'autres sources (telles que la vente de programmes, la publicité ou le parrainage), assurent aux organismes de radiodiffusion publics d'une large majorité de pays européens les moyens nécessaires pour accomplir leur mission. Puisqu'elle sert exclusivement à remplir la mission dont sont investis les organismes à but non lucratif plutôt qu'à aider ces organismes à concurrencer les autres, dans le but final d'engendrer des profits, on peut sérieusement se demander comment cette méthode unique de financement pourrait éventuellement être qualifiée d'"aide" (au sens de l'article 92 du Traité CE). Néanmoins, même en supposant que dans des circonstances particulières, le financement provenant de la redevance directement payée par les téléspectateurs et les auditeurs aux radiodiffuseurs publics puisse être considéré comme une "aide", le Protocole spécifie expressément que, de surcroît, même si un tel financement devait s'avérer altérer les conditions des échanges et de la concurrence dans la Communauté dans une mesure qui serait contraire à l'intérêt commun, il ne pourrait être remédié à une telle situation *sans tenir d'abord compte de la réalisation du mandat de ce service public*. En d'autres termes, l'"intérêt commun" est subordonné à la nécessité d'accomplir la mission de service public spécifiée.

Les radiodiffuseurs publics ont toujours été à l'avant-garde de l'innovation dans le domaine de la radiodiffusion, tant en ce qui concerne la technique que la diversification de leur offre de programmes. Dans le cadre de cette tradition et sauf stipulation expresse et exceptionnelle du contraire, les organismes de radiodiffusion publics ont le droit, et sont en fait obligés, de mettre leurs programmes à la disposition du public de la manière et sous la forme la mieux appropriée pour s'adapter au changement de comportement du public envers la télévision et la radio dans un environnement audiovisuel en constante évolution. Cela inclut une offre de programmes complémentaires et diversifiés (chaînes thématiques), leur distribution technique (transmission numérique, bouquets, livraison en ligne) et leur mode de financement (télévision à péage, paiement à la séance). Tant que c'est l'organisme de radiodiffusion public lui-même qui propose une programmation supplémentaire, les principes juridiques de financement qui s'appliquent sont les mêmes que ceux relatifs à son service de base.
