

# La radio-télévision danoise sous pression populiste

L'AUDIOVISUEL PUBLIC EN EUROPE 315 Critiqué par les médias privés pour concurrence déloyale, mais aussi par le gouvernement libéral-conservateur qui le juge trop à gauche, le groupe Danmarks Radio s'inquiète pour son avenir

COPENHAGUE - envoyée spéciale

L'imposante statuette dorée trône sur une étagère, au fond de son bureau, logé dans l'énorme cube en verre de Danmarks Radio (DR), l'organisme danois de radio-télévision publique, sis dans le sud de Copenhague. Ancienne directrice de son département juridique, Maria Rorbye Ronn, 54 ans, en assure la direction depuis 2011.

L'Emmy lui a été décerné lors d'une cérémonie qui s'est tenue à New York, en 2016. Un moment charnière de sa carrière. « J'ai réalisé à quel point nos séries, qui ont été vues par plus de 250 millions de téléspectateurs, avaient contribué à faire connaître notre pays et notre style de vie à l'étranger, assurant ainsi la mission de service public qui est la nôtre », explique-t-elle.

## BUDGET RÉDUIT DE 20%

L'argument semble avoir laissé de marbre le gouvernement libéral-conservateur de Lars Lokke Rasmussen et son allié populiste au Parlement, le Parti du peuple danois (Dansk Folkeparti, DF). Engagés dans des négociations sur le financement public des médias, ils ont annoncé, vendredi 16 mars, qu'ils étaient parvenus à un accord prévoyant notamment une réduction de 20 % du budget de l'entreprise danoise sur cinq ans, ainsi que

la suppression de la redevance annuelle de 2343 couronnes (315 euros), qui sera remplacée par un impôt progressif.

« L'objectif est de réduire le coût de l'audiovisuel public pour les Danois et de rétablir la diversité dans les médias », souligne Alex Ahrendtsen, responsable des questions culturelles chez DF. L'idée n'est pas neuve. Elle a été émise vers 2010 par Danske Medier, l'Association des médias danois, qui regroupe 300 éditeurs. La presse écrite traverse alors une crise profonde. Le coupable est tout trouvé : l'audiovisuel public. « Les dirigeants des groupes privés ont lancé une campagne politique contre DR, en disant qu'elle détruisait la concurrence, avec la publication de

contenus gratuits sur son site, financés par le contribuable », rappelle Henrik Sondergaard, professeur à l'université de Copenhague.

L'argument a du mal à convaincre. Pourtant, à l'été 2016, le plan de financement de l'audiovisuel public de DF « reprend mot pour mot les récriminations de Danske Medier et ses propositions », observe le chercheur. Jusqu'au pourcentage des coupes exigées initialement par le parti : un quart du budget de DR, qui s'élève à 4,1 milliards de couronnes (550 millions d'euros), financés à 90 % par la redevance.

## IMPACT SUR LA QUALITÉ DES PROGRAMMES

« DR se trouve en situation de monopole et, au lieu de collaborer avec les acteurs privés, elle les tyrannise », accuse M. Ahrendtsen. Dans le viseur de son collègue Morten Marinus, chargé des médias pour DF : l'émission de télécrochet X-Factor, diffusée depuis 2008 sur la première chaîne DR1, et qui bat des records d'audience. Un symbole de cette dérive, selon lui. « Nous ne voulons pas toucher aux séries, assure-t-il. Mais nous pensons qu'il y a des économies à faire au niveau de l'administration et, surtout, que DR doit se concentrer sur sa mission de service public et laisser le reste aux acteurs commerciaux. »

La patronne de DR, Maria Rorbye Ronn, tire le signal d'alarme. Si des économies peuvent être réalisées à la marge, une réduction de 20 % du budget de DR aura forcément un impact

sur la qualité des programmes du groupe, qui finance à 95 % des productions danoises. DF propose notamment la fermeture de DR3, une chaîne lancée en 2013 et qui a réussi à trouver son public chez les moins de 40 ans. Pour Maria Rorbye Ronn, au contraire, il s'agit là d'une audience « essentielle » pour un média de service public qui veut continuer à exister.

A Christiansborg, le Parlement danois, l'ancien ministre (social-démocrate) du commerce extérieur et du développement, Mogens Jensen, ferraille pour défendre l'audiovisuel public. Le danger pour les médias danois, note-t-il, ne vient pas de l'intérieur, mais de l'étranger : « Netflix, HBO et YouTube ont gagné 2 milliards de couronnes au Dane-

mark l'an dernier, sans y payer la moindre taxe. Google et Facebook ont siphonné 3,7 milliards de couronnes de revenus publicitaires. Dans ce contexte, nous avons besoin d'une entreprise qui possède la carrure pour affronter la concurrence. »

Or aucune étude ne montre qu'un rétrécissement de l'audiovisuel public bénéficiera aux médias privés danois, constate M. Jensen. « Au contraire, cela risque plutôt de renforcer les acteurs étrangers », affirme le chercheur Henrik Sondergaard. Il relève le caractère paradoxal de la stratégie du Dansk Folkeparti, qui se présente comme le défenseur de la culture danoise et de l'intérêt national, mais cherche à « se venger d'un média jugé trop orienté à gauche ». Le parti populiste dispose du soutien de la ministre libérale de la culture, Mette Block, ex-directrice des programmes chez DR. En février, celle-ci fustigeait le « mastodonte » qu'est devenu son ancien employeur.

Pour les 3 000 employés du groupe, l'enjeu est énorme. « Beaucoup de journalistes vont perdre leur emploi », estime Henrik Friis Vilmar, président du syndicat des journalistes chez DR. Il craint également pour la qualité des programmes et l'indépendance des chaînes. Une inquiétude relayée par une dizaine de dirigeants de l'audiovisuel public en Europe, dont le patron de la BBC, Tony Hall, dans une lettre ouverte publiée le 10 janvier.

Au Danemark, cependant, la défense de DR mobilise peu. Un paradoxe pour un groupe public qui a réussi à conserver un tiers des parts d'audience en radio et télévision et bénéficie de la confiance des citoyens. « Il y a un décalage entre le soutien dont nous disposons et le débat public », regrette Maria Rorbye Ronn, qui pense que les téléspectateurs ne réagiront que « lorsque leurs émissions préférées vont commencer à disparaître ».

Elle soutient cependant la suppression de la redevance, qui a « bien fonctionné pendant 90 ans », mais qui est désormais jugée « démodée et injuste » par les téléspectateurs. A condition, précise-t-elle, que le budget de DR, financé à l'avenir par l'impôt, soit fixé sur plusieurs années, pour garantir de la visibilité à la direction du groupe. ■

ANNE-FRANÇOISE HIVERT

## Danmarks Radio, la fabrique de séries à succès

**UNE SÉRIE EN CINQ ÉPISODES** sur la communauté danoise en Tanzanie, dans les années 1970, inspirée de la trilogie africaine de l'écrivain Jakob Ejersbo. Le sujet de la dernière grosse production de DR, diffusée depuis le 25 février, le dimanche à 20 heures, aurait pu décourager les téléspectateurs. Surtout que la chaîne concurrente TV2 sortait l'artillerie lourde avec sa nouvelle série à suspense, *Greyzone*.

Pourtant, 860 000 Danois se sont postés devant leur petit écran pour suivre le premier épisode de *Liberty* et plus de 200 000 l'ont regardée en télévision de rattrapage sur le site de DR1. Soit plus d'un million de personnes, dans un pays de 5,7 millions d'habitants. Un chiffre moins élevé serait considéré comme un échec pour la chaîne, qui, dans le contrat de ses scénaristes et producteurs, s'est fixé comme objectif le million de téléspectateurs.

Le record a été atteint en février 2004, lors de la diffusion d'un épisode de *Kroniken*, qui raconte la vie de quatre Danois après la seconde guerre mondiale (2,7 millions de personnes devant leur télévi-

sion à 20 heures). Ce soir-là, le trafic à l'entrée de Copenhague a été divisé par deux, et aucun appel d'urgence n'a été enregistré dans la capitale danoise.

Le dépoussiérage de la fiction chez DR a commencé dans les années 1980. Ses dirigeants se sont rendus aux États-Unis pour y puiser leur inspiration. Ils y ont découvert le rôle du scénariste. Le budget de la fiction – 276 millions de couronnes (37 millions d'euros) en 2016, soit environ 9 % des programmes de DR – est négocié sur quatre ans. Le scénariste est embauché pour toute la durée du projet, y compris la phase de développement. Afin d'attirer les meilleurs, DR leur propose de venir accompagnés de leur équipe.

### « Nous encourageons la prise de risque artistique »

En 2007, la série policière *The Killing*, coproduite avec les Allemands de la ZDF, révolutionne le genre : vingt épisodes pour un meurtre. BBC4 en diffuse la première saison en version sous-titrée en 2011 et rassemble plus de 500 000 téléspectateurs chaque

semaine. Depuis, le succès perdure. Y compris lorsque le scénariste Adam Price s'attaque aux arcanes de la politique danoise dans *Borgen*, une série dont DR pensait qu'elle ne se vendrait pas à l'étranger et qui a été diffusée dans plus de 70 pays.

La clé de la réussite ? « *Nous racontons les histoires qui sont les plus proches de nous, ancrées dans notre culture et notre société, car nous sommes convaincus que plus le sujet est local, plus il est global. Et nous encourageons la prise de risque artistique, ce que le service public peut se permettre de faire, à la différence des chaînes commerciales* », note la patronne de l'audiovisuel public danois, Maria Rorbye Ronn.

À l'automne, Arte diffusera la nouvelle production d'Adam Price, *Ride Upon the Storm*, qu'elle produit avec la chaîne danoise. Pour faire face à la concurrence étrangère, DR a passé un accord avec le suédois SVT, le finlandais Yle, le norvégien NRK et l'islandais RUV. À partir de 2018, les cinq groupes nordiques coproduiront douze séries par an. ■

A. F. H.