

Jean-Noël Jeanneney Tout ce qui fragilise l'audiovisuel public est insupportable

L'historien s'insurge contre l'idée de supprimer la redevance audiovisuelle avancée par le ministre des comptes publics, Gérald Darmanin. Une mesure qui risque, selon lui, de rompre l'équilibre vertueux entre secteurs privé et public

L'historien, familier des résurgences, ne s'en étonne pas tout à fait. Mais le citoyen s'en indigne. Voilà que renaît, du côté du ministère des finances, une vieille tentation : pourfendre la redevance audiovisuelle. A Bercy, on déteste, de longue main, les taxes qui sont attachées à une finalité définie, celles que le jargon technocratique appelle « *flichiées* ». Le ministre des comptes publics vient d'agiter l'éventualité de ce mauvais coup.

On priera Gérald Darmanin de ne pas se croire, dans sa bruyante initiative, original. Les précédents existent. A quelques mois des élections de mars 1993, par exemple, un olivier, haut fonctionnaire, avait déjà tâché de persuader Pierre Bérégovoy, alors premier ministre, qu'une semblable mesure serait populaire, qu'elle serait propre à corriger un discrédit qui annonçait la défaite prochaine de la gauche. Idée absurde et cependant un temps caressée. Le sort, après avoir hésité, tourna du côté de la sagesse, et le projet fut remis. Ce fut un grand soulagement dans le secteur. Mais l'argumentaire contre cette intention récurrente est intact et il est bienvenu, dans l'actuelle conjoncture, d'en réitérer l'expression.

Le secteur public de la radio et de la télévision a vocation à élever vers le haut l'ensemble de l'offre faite, dans ce champ, aux Français et à tous ceux qui, à l'étranger, regardent vers notre pays et sa vocation culturelle originale. Et, en somme, il y parvient assez bien. Tout ce qui le fragilise est donc insupportable. Qu'il suffise, pour qui en douterait, de considérer le paysage audiovisuel dans les pays où dominent les antennes que meut le seul ressort du profit. La fécondité de la redevance

n'est pas nouvelle. Elle a été créée en mai 1933, et sa signification pratique et symbolique fut affirmée deux ans plus tard par Georges Mandel, ministre des postes, responsable de ce secteur au gouvernement. Il s'agissait déjà de distinguer la radiodiffusion qui se souciait essentiellement de divertissement et qui vivrait de la « *réclame* » de celle qui porterait d'autres ambitions, auxquelles le ressort du profit, à coup sûr, ne pourvoirait pas.

Cet équilibre conserve aujourd'hui toute sa vertu. Seulement il se trouve qu'il est devenu très fragile, compte tenu de la formidable puissance, omniprésente, de l'argent privé. Et que le péril redoutable est toujours là : une incertitude détestable quant au financement de moyen terme. Lui seul pourtant, pérennisé, permet d'assurer la séduction d'émissions qui ont toujours besoin de temps pour s'affirmer et pour trouver leur audience. Lui seul donne la garantie d'une qualité par rapport aux bruyantes passions de l'immédiat et à l'obsession des sondages et de l'Audimat. Or ceux-ci appellent, en termes autant civiques que culturels, de puissants contrepoids – en face des tenants du « *tout-au-marché* ».

Douteux arguments techniques

On nous murmure que nous ne devons pas nous inquiéter, que les pouvoirs publics assureront toujours, d'année en année, les budgets indispensables. Sauf que l'expérience est ravageuse, chez nous comme ailleurs. L'arme financière risque, si la régulation annuelle des budgets de fonctionnement des sociétés par les gouvernements est entièrement libre, de servir une tentation récurrente pour tous ceux qui se

succèdent : celle de punir des propos trop critiques à leurs yeux. Mais surtout la tentation surgira toujours, absolument toujours, de faire de l'argent de l'audiovisuel public une variable d'ajustement lors des budgets de la nation « *contraints* » – ils le sont continuellement. Avec, en arrière-fond, cette douce voix endormante : après tout, cherchez donc du côté de la publicité – de l'argent privé ! – l'agréable supplément qui adoucira pour vous la diminution de la ressource publique. Sûre façon, en réalité, d'éroder, d'année en année, notamment pour la radio, ce qui garantit précisément la validité du slogan primordial du service public : « *Ecoutez ma différence !* »

On entend l'argument « *moderniste* » qui est avancé du côté de nos financiers agitant leurs calculatrices : l'assiette actuelle de la redevance est désuète, dès lors

que la réception de l'audiovisuel public a profondément évolué vers tous sortes d'autres supports que les postes traditionnels, que ce soit en diffusion directe ou selon la profusion de diverses offres différées. Le beau prétexte ! Qui nous fera croire que l'imagination ne peut pas élargir dans ces directions, techniquement, la perception d'une taxation légitime, vouée à rappeler, contre tous les mensonges, que rien, dans ce monde, n'est jamais gratuit ? Seuls ceux qui prouveraient qu'ils ne s'abreuvent jamais, d'aucune façon, aux émissions du secteur public devraient pouvoir y échapper : gageons qu'il n'y en aurait pas beaucoup, pas beaucoup, presque pas du tout...

Que des exonérations puissent être consenties, comme c'est le cas depuis longtemps, à ceux, notamment les plus âgés, sur qui

présent des conditions de vie particulièrement difficiles, soit. Mais gardons-nous de la tentation démagogique de faire de la redevance audiovisuelle un impôt de redistribution. D'autres prospèrent, comme on le sait, qui travaillent à cela, et bien heureusement. Le gouvernement doit éclairer, devant l'opinion, la finalité différente de cet impôt particulier, au service de la collectivité.

On nous rebat enfin les oreilles avec l'argument technique selon lequel la redevance était jusqu'à présent accrochée à la taxe d'habitation et que, du même coup, la suppression prévue de celle-ci rendrait problématique son recouvrement. Allons donc ! D'autres prélèvements spécifiques demeurent, que personne, en « haut lieu », ne songe à naufrager. Ne dissimulons donc pas sous de douteux arguments techniques une volonté pernicieuse. Celle que sous-tendent l'illusion d'une popularité à court terme et l'obsession, chez nos « budgétaires », d'échapper à toute limite qui serait imposée à l'ébriété de leur mobile imagination. ■

Jean-Noël Jeanneney est historien, spécialiste de l'histoire des médias. Il a été président de Radio France (1982-1986), secrétaire d'Etat à la communication (1992-1993) dans le gouvernement de Pierre Bérégovoy et directeur de la Bibliothèque nationale de France (2002-2007). Il a notamment écrit « *Echec à Panurge : l'audiovisuel public au service de la différence* » (Seuil, 1986), « *Une histoire des médias, des origines à nos jours* » (Seuil, 1996) ou, plus récemment, « *Le Moment Macron. Un président et l'Histoire* » (Seuil, 2017)