

Le 6 mai 2026

Audiovisuel public : un rapport qui se trompe de combat

Le cœur du rapport de la commission d'enquête sur l'audiovisuel public prétend ouvrir un débat structurant sur son avenir. En réalité, il passe à côté de l'essentiel.

Avant de s'interroger et souvent de polémiquer sur l'organisation du système, une question doit primer sur toutes les autres : quelles missions pour le service public à l'ère des plateformes, et avec quels moyens les assumer ? Sur ces sujets fondamentaux — le sens et le financement — le rapport reste étonnamment silencieux.

C'est pourtant là que se joue l'avenir de l'audiovisuel public français.

Depuis dix ans, France Télévisions a vu ses moyens financiers baisser en valeur réelle de manière significative, dans un contexte où la concurrence des SMADs et de YouTube, soit des acteurs anglo-saxons avec l'enjeu que cela représente en termes d'exception culturelle, n'a cessé de s'intensifier. Et c'est dans ce moment de fragilité pour l'ensemble de la filière, où la mobilisation de tous est plus que jamais nécessaire, que le rapport choisit non pas de consolider le modèle, mais d'en remettre en cause les fondements mêmes.

En ligne de mire : l'organisation, les missions de service public mais aussi la production indépendante.

Cette dernière, présentée par le rapporteur comme un problème, est en réalité une solution. C'est elle qui permet la diversité des programmes, l'innovation éditoriale, l'émergence de nouveaux talents. C'est elle qui fait vivre un tissu d'entreprises créatives sur l'ensemble du territoire. La fragiliser, c'est affaiblir l'un des moteurs de la filière audiovisuelle française.

Le rapport propose également d'internaliser une partie significative des programmes, notamment dans le flux. Cette orientation repose sur une confusion majeure : la maîtrise éditoriale appartient au diffuseur, mais la fabrication des contenus est, par nature, ouverte et concurrentielle. Les magazines d'information et de débat, font notamment l'objet d'un travail éditorial quotidien entre les unités de programmes et les producteurs. Ils portent donc en accord avec France Télévisions les lignes

éditoriales du groupe public. Il convient également de rappeler que la production externe permet très souvent à France Télévisions de produire des programmes dans des conditions économiques plus compétitives, avec des coûts généralement inférieurs de 20 à 30 % à ceux de la production interne.

C'est précisément cet équilibre qui fait la richesse du modèle français.

Autre cible : les programmes populaires qui s'adressent à tous les citoyens — notamment jeux, divertissements, sport — présentés au mieux comme « périphériques ». C'est une erreur stratégique et en décalage complet avec la réalité des usages.

Les programmes de flux — magazines, divertissements, jeux, talk-shows — sont aujourd'hui les plus fédérateurs : ils touchent chaque semaine plus de 38 millions de Français et sont donc et de loin le premier contact des citoyens de tous horizons avec le service public de l'audiovisuel. Ils constituent l'un des piliers des grilles du service public et un levier essentiel pour toucher tous les publics. Les affaiblir reviendrait à fragiliser directement la capacité du service public à exister face à ses concurrents.

Le service public ne peut pas être un média de niche. Il doit parler à tous. Et pour parler à tous, il doit aussi proposer des programmes accessibles, fédérateurs, incarnés. Affaiblir ces programmes, c'est prendre le risque de couper le lien avec le public. Ajoutons un élément factuel, les jeux ne représentent que 8% de l'offre de programmes de flux de France Télévisions contre 73% pour les magazines. Très loin donc des chiffres annoncés.

Enfin, certaines propositions, comme l'extension des règles de la commande publique à l'achat de programmes, traduisent une vision profondément administrative, purement comptable de la création. Or la création audiovisuelle ne se pilote pas comme un marché public. Elle repose sur la réactivité, la prise de risque, l'intuition éditoriale.

Il y a un autre angle mort majeur dans ce rapport : l'impact économique des choix proposés.

France Télévisions est aujourd'hui un acteur structurant pour l'ensemble de la filière. Une part significative de l'activité de la production audiovisuelle dépend directement de ses investissements. Fragiliser ce modèle, c'est prendre le risque d'un effet en chaîne sur tout un écosystème de producteurs, d'auteurs, de talents, de techniciens et d'emplois.

C'est également ignorer un enjeu devenu central : celui de la capacité d'exportation des formats et des programmes français. Car derrière les émissions, les magazines, les divertissements ou les jeux se construisent aussi des propriétés intellectuelles, des marques et des formats susceptibles de rayonner à l'international. Ce savoir-faire constitue un levier de souveraineté culturelle et de soft power majeur pour la France.

Au fond, ce rapport porte une vision implicite : celle d'un audiovisuel public cornaqué, plus administré, plus figé, d'une autre époque qui rappellera pour les plus anciens l'ORTF... et donc inévitablement, moins performant, moins vivant.

Ce n'est pas notre vision.

À l'heure où les grandes plateformes internationales captent l'attention, les talents et la valeur, la priorité devrait être claire : renforcer la capacité de création, soutenir l'écosystème indépendant, et donner au service public les moyens d'être plus puissant, encore plus populaire et innovant.

Car affaiblir cet écosystème, ce n'est pas réformer le service public. C'est prendre le risque de le marginaliser dans un monde d'hyper offre.

Le débat mérite mieux qu'une liste de recommandations inappropriées, voire plus ou moins farfelues. Il appelle une vraie vision d'ensemble au service de l'exception culturelle. Nous y prendrons toute notre part.

Le SPECT publiera dans les prochains jours une analyse détaillée du rapport et des différentes contributions afin de rétablir les faits et de contribuer de manière constructive au débat.

Contact Presse : Vincent Gisbert - 06 18 01 54 34 ou par mail : vincentgisbert@spect.fr