

Annexe : CP du CIEM "Le tour de force de la commission Copé : Une TV publique sans jeunesse !

Déclaration du CIEM sur le rapport de la Commission Copé

Le CIEM demande une cohérence des politiques publiques sur les médias et les Jeunes, pour éviter la constitution d'une télévision publique sans téléspectateurs et sans jeunes téléspectateurs !

Le CIEM qui revendique sa place dans un dialogue constructif entre les pouvoirs publics, les acteurs des médias, et la société civile, demande une cohérence dans les actions publiques et les réformes en cours relatives aux enfants et aux adolescents.

Plusieurs réformes annoncées par le gouvernement concernent les jeunes et les médias : lutte contre la pédopornographie sur Internet, renforcement de la prévention et de l'éducation à l'Internet, lutte contre l'obésité, lutte contre les effets délétères de la télévision sur les bébés. Le CIEM soutient ces objectifs et participera aux actions menées dans ces domaines dans le respect des libertés constitutionnelles.

Mais dans le rapport de la Commission Copé aucune mesure positive favorisant la construction ou le renforcement d'un espace médiatique pour les jeunes si essentiel dans notre société numérique ! Comme si les enfants et les adolescents représentaient surtout un problème pour une société vieillissante, mais restaient les grands oubliés des politiques culturelles !

Le ministère de la Santé préconise la suppression de la publicité dans les émissions jeunesse, pour lutter contre son impact sur l'obésité. La commission Copé envisage la suppression de la publicité dans toutes les émissions diffusées après 20h ! Or, des programmes jeunesse sans publicité sur les chaînes publiques, voire la création d'une chaîne entière dédiée à la jeunesse et sans publicité pouvaient permettre de répondre de façon adéquate à ce problème, à condition d'assurer aux chaînes publiques un financement solide. Pourquoi le lien n'a-t-il pas été fait entre ces deux politiques ? La suppression de la publicité dans les émissions jeunesse représente en effet un risque élevé pour la production nationale de ces programmes, si un financement compensatoire sérieux n'est pas envisagé.

Les enfants et les adolescents sont aujourd'hui un enjeu essentiel pour les médias. Veut-on les laisser se tourner exclusivement vers les opérateurs privés ? Ils sont les téléspectateurs et les citoyens de demain. Le service public ne doit-il pas en priorité tâcher de leur transmettre les valeurs de citoyenneté et le goût des productions innovantes et originales ? Comment le faire sans moyens, sans ambition et sans projet ?

La fiction française est en crise, les acteurs historiques de la télévision (privés et publics) sur le déclin, c'est précisément en direction des publics jeunes que doit s'effectuer la reconquête. Si cela n'est pas fait, un des risques est de ne plus partager avec eux, qui prendront demain les commandes politiques, l'attachement au modèle français. Il en va de la survie du modèle économique des chaînes publiques, de la diversité de la création française et du modèle politique d'une alternative au tout par le marché.

Le secteur de l'animation est un des secteurs les plus dynamiques de la production audiovisuelle en France et le premier secteur exportateur. C'est le résultat d'une politique continue depuis les années 1990 qui a monnayé l'accès des chaînes privées à l'espace public des ondes avec l'imposition de quotas de production qui ont permis à la France de développer une industrie audiovisuelle.

Dans l'industrie des programmes jeunesse, le rôle des chaînes publiques est décisif : France 3 est n°1 en Europe pour la production d'animation et n°3 mondial, France 5 est n° 1 en France pour la diffusion de programmes sur les chaînes généralistes gratuites. Pourtant, suite au développement des chaînes jeunesse toutes privées, les programmes jeunesse des chaînes généralistes ont vu leur audience diminuer et leurs plages de plus en plus réduites : depuis septembre 2006, le CSA soulignait récemment qu'elles n'offrent plus de programmes jeunesse le mercredi après midi ni en semaine en fin d'après midi. Elles ne proposent plus non plus de magazine d'information pour les jeunes, ni d'émission d'éducation aux médias malgré les demandes unanimes des associations éducatives. Le rapport de la Commission Copé n'envisage pas d'y remédier. Aucune proposition précise sur les programmes jeunesse, et parmi les chaînes de complément envisagées par le rapport Copé, qui seraient disponibles sur internet, aucune n'est dédiée aux jeunes !

Si l'on veut enfin un service public actif et innovant, il faut mettre aux premières loges les jeunes téléspectateurs : continuer à leur offrir des programmes de qualité mais aussi toute la diversité que les chaînes privées n'offrent généralement pas, des émissions d'expression des jeunes, des émissions sur les questions de consommation qui intéressent les jeunes, des émissions d'initiation scientifique diversifiées... pour qu'ils aient l'impression de ne pas être la dernière roue du carrosse, et que l'on ne pense pas à eux seulement en tant que risques. Ils représentent aussi pour la société toute entière un potentiel, un investissement, un espoir. Il faut aussi que la dynamique engagée depuis 15 ans dans l'industrie de l'animation puisse poursuivre son déploiement.

Et puisque le rapport se propose de considérer France TV comme un "média global", il faut aussi envisager Internet, et les jeux vidéos comme partie prenante de sa stratégie : à quand une plate forme de jeux innovants, promouvant des actions plus intéressantes que la destruction systématique pour les garçons ou le maquillage pour les filles, et permettant de faire revenir sur France TV les préadolescents qui s'en détachent ?

Le souci de l'enfance ne doit pas se résumer à la protection des risques. Certes, celle-ci doit être assumée complètement : les pouvoirs publics et les opérateurs ne doivent pas laisser les bébés menacés de déstructuration psychique, ni les jeunes seuls face à des sites violents ou pornographiques. Mais par ailleurs, les enfants et les adolescents doivent pouvoir trouver dans les médias publics une source d'enrichissement : développer leur imagination, acquérir des connaissances, découvrir le monde. Une telle ambition permettra aussi à l'industrie audiovisuelle française de rester dans la course de la qualité et de l'innovation. Cela a un coût, mais les Français y tiennent.

Le 13 juin dernier le CIEM, qui a pour objet de promouvoir la socialisation de l'enfant et de l'adolescent à l'âge du multimédia et de représenter leurs intérêts dans les médias et notamment à la télévision, se demandait si la Commission Copé, qui n'a jamais répondu à sa demande d'audition, était en train de reconstruire une télévision sans téléspectateurs. Aujourd'hui on peut ajouter qu'elle risque de vouloir inventer une télévision sans public et sans jeunesse !

En 2002 le CIEM demandait aux pouvoirs publics dans son rapport sur l'environnement médiatique des jeunes de « relancer la politique de l'enfance et de l'adolescence dans les médias ». Six ans après, et malgré les occasions de réforme, sa demande n'a toujours pas été entendue.