

## ■ Politiques publiques *Public Policies*

### **Diversité et divergences dans le financement des organismes de radio-télévision de service public dans l'Union européenne**

**André LANGE**

Observatoire européen de l'audiovisuel, Strasbourg

Le financement des organismes publics de radio-télévision en Europe, et en particulier dans l'Union européenne, constitue un des dossiers importants de la politique audiovisuelle de cette fin de siècle. L'entrée en vigueur du Protocole d'Amsterdam et l'examen de divers cas nationaux par la Commission européenne dans le cadre de la mise en œuvre de la politique de concurrence indiquent que si le principe de la promotion du service public reste un des objectifs majeurs de la politique européenne, l'économie même du service public demande un réexamen constant. Malheureusement, débats européens et nationaux négligent souvent une approche comparative rigoureuse, qui, il faut bien le dire, reste difficile en raison de la difficulté même de compiler des informations permettant une comparaison dans un cadre conceptuel commun.

#### **Essayer de rendre les données comparables ?**

Le présent article, réalisé au sein de l'Observatoire européen de l'audiovisuel, n'a pas pour objet d'argumenter sur les modalités du financement du service public. Comme on le sait, l'Observatoire européen de l'audiovisuel a pour mission de contribuer à l'harmonisation de la collecte et de la présentation des données statistiques et à la transparence du système audiovisuel européen, mais non de proposer des axes de politique

à l'échelle européenne. Même dans sa mission d'harmonisation des données, la capacité d'agir de l'Observatoire est limitée par un double principe de subsidiarité : subsidiarité en matière culturelle et subsidiarité statistique. Il paraît évident qu'on ne peut forcer l'harmonisation statistique dès lors que la réglementation des systèmes audiovisuels – et en particulier la conceptualisation, l'organisation et le financement du service public – demeure de la compétence prépondérante des Etats.

Depuis sa création, l'Observatoire européen de l'audiovisuel travaille en étroite collaboration avec les organisations professionnelles en vue de définir les possibilités d'harmonisation statistique sectorielle susceptibles de rencontrer les réalités des différentes branches du secteur audiovisuel <sup>(1)</sup>. Dans le domaine de l'information statistique sur le secteur public de radio-télévision, l'Observatoire collabore régulièrement avec le Groupe statistique de l'UER pour établir une comparabilité des données relatives basée sur une approche méthodologique commune. Le Groupe statistique de l'UER administre chaque année un questionnaire dont l'objectif est de permettre la comparaison européenne. Le dépouillement de ce questionnaire constitue une source précieuse pour établir cette comparaison. L'Observatoire complète ce travail de collecte de diverses manières : vérification des données collectées en les confrontant, lorsque cela est possible, avec d'autres sources, en particulier les bilans et comptes de résultats publiés ; collecte des données par d'autres voies auprès des organismes de service public qui ne répondent pas au questionnaire du Groupe statistique ; travail de mise en série des données et de conversion en ECU/EURO. Sans vouloir accabler le lecteur avec des considérations techniques trop détaillées, il paraît utile, pour éviter les comparaisons trop hâtives, d'indiquer quelques difficultés récurrentes spécifiques à l'analyse des ressources financières du secteur public de la radio-télévision.

### **Les écueils à l'harmonisation et à la comparabilité**

La première difficulté réside dans la définition du périmètre d'entreprises que l'on choisit de prendre en considération dès lors que l'on veut comparer les comptes des organismes de service public. Comme on le sait, la notion de service public, dans le domaine de la radio-télévision, ne fait pas l'objet d'une définition définitive et universelle.

---

(1) La principale réalisation de l'Observatoire européen de l'audiovisuel dans le domaine de la collecte et de la diffusion d'information statistique est la publication de son *Annuaire statistique. Cinéma, télévision, vidéo et nouveaux médias en Europe*. La cinquième édition a été publiée en avril 1999. Pour plus d'information, on se reportera au site de l'Observatoire : <http://www.obs.coe.int>

La définition du périmètre de service public est complétée par l'hétérogénéité des situations en ce qui concerne les métiers des organismes. Suivant les situations nationales, des activités telles que la collecte de la redevance, les activités de régie publicitaire, les activités de gestion d'archives, les activités de commercialisation des programmes, les activités de transmission, les activités de services radio et TV à destination de l'étranger sont intégrées ou non dans les comptes de résultat des "maisons mères". L'idéal, pour pouvoir faire des comparaisons terme à terme, serait de pouvoir disposer, pour chaque pays, d'une cartographie complète des recettes et des dépenses liées à chacune des activités opérées par les organismes de service public (opérations liées au financement, opérations de production, opérations de diffusion radio, de diffusion TV, commercialisation des programmes, archivage, services internationaux, nouveaux services, etc.). Force est de constater qu'un tel objectif est bien difficile à atteindre, sinon utopique. D'une part, questionnaires et synthèses statistiques - généralement focalisés sur les entreprises de diffusion nationale - tendent à négliger les activités externalisées vers d'autres organismes publics (suivant les pays organismes spécialisés de collecte de la redevance, archivage, activités de transmission, services radio ou TV internationaux...). D'autre part, les entreprises restent généralement discrètes sur les flux internes, dans une logique de confidentialité accentuée par le développement de la concurrence avec un secteur privé généralement moins contraint à la transparence.

La deuxième difficulté consiste en effet dans l'accès aux comptes. Si l'Observatoire peut garantir une fiabilité d'ensemble pour les données présentées dans cet article, il faut néanmoins noter que, dans l'un ou l'autre cas, les données peuvent revêtir un certain degré d'estimation. L'Observatoire est évidemment désireux de pouvoir fournir une garantie parfaite des données publiées et espère que la publication de cet article – complémentaire à la publication de l'*Annuaire statistique* – pourra contribuer à accroître, là où cela est nécessaire, l'exigence de la transparence.

La troisième difficulté tient dans la catégorisation des types de ressources financières. Suivant la pratique du Groupe statistique de l'UER, on distingue cinq grandes catégories de ressources :

- ressources financières nationales considérées comme "fonds publics" (avec comme sous-catégories : subvention, redevance, taxes sur les biens et services, autres/non imputable) ;

- ressources commerciales nationales (avec, comme sous-catégories : publicité, parrainage, ventes de programmes, merchandising, location d'équipements de radiodiffusion, TV à péage, autres/non imputable) ;
- ressources liées aux services régionaux ;
- ressources liées aux services locaux ;
- autres (radio internationale, TV satellite, télétexte, etc.).

Malgré la place spécifique accordée aux ressources liées aux services régionaux et locaux, cette catégorisation semble difficile à utiliser par certains organismes.

Des confusions sont fréquentes entre "autres ressources commerciales" et "autres". Tous les organismes ne fournissent pas non plus de manière détaillée la ventilation des recettes commerciales (notamment entre publicité et parrainage). La notion de ressources "autres" est très hétérogène et contient, suivant les cas, des recettes liées aux services internationaux, des recettes financières, ...

Par ailleurs, les spécificités propres à chaque organisme peuvent conduire à des biais importants.

### **Vers un tableau exhaustif des recettes du service public dans l'Union européenne**

Une fois ces difficultés citées, et lorsque cela est possible surmontées par un travail de vérification, il apparaît néanmoins possible de dresser un tableau comparatif de l'importance relative des recettes publiques et des recettes commerciales dans le financement des organismes publics.

Nous avons, dans le cadre de cet article, cherché à établir un tableau exhaustif du financement des organismes de service public de radio-télévision dans l'Union européenne (tableau 1). Il nous paraît cependant nécessaire d'indiquer certains choix et certaines lacunes :

- pour des raisons essentiellement pratiques, nous avons limité le champ de la présente synthèse aux organismes de l'Union européenne. Le Grand-Duché de Luxembourg n'a pas été pris en considération, étant donné la nature essentiellement européenne et commerciale de la CLT ;
- nous avons inclus des organismes publics non-membres de l'UER (organismes de radio-télévision des Communautés autonomes espagnoles,

organismes à vocation paneuropéenne ou internationale). Toutefois nous n'avons pas pris en considération les stations locales qui peuvent élarger aux budgets publics ;

- nous avons cherché à prendre en considération les recettes ordinaires de tous les organismes publics actifs dans le domaine de la radio et de la télévision. Cependant, dans la mesure où l'Observatoire, pour des raisons qui tiennent avant tout aux limites de sa force de travail, n'a pas accordé de priorité au domaine de la radio, certaines lacunes subsistent en ce qui concernent les données d'organismes essentiellement actifs en matière de radio : manquent notamment les comptes de Radio Nederland, ou encore la ventilation des recettes d'organismes tels que RDP ou SR. De même nous n'avons pas eu accès au compte de quelques organismes territoriaux (BRF, ETB, S4C,...) ;

- lorsque la ventilation des recettes ordinaires n'était pas disponible, nous avons pris en considération le produit d'exploitation (*operating revenues*). Dans les totaux européens, les données de produit de ces entreprises ont été imputées comme recettes sur fonds publics ;

- nous avons exclu des comptes la production immobilisée (généralement prise en compte en France pour le calcul du produit d'exploitation), ainsi que les reprises sur provision ;

- dans le cas de la France, nous avons inclus les comptes de l'INA, dans la mesure où les activités de cet organisme (archivage, commercialisation, recherche et formation) sont, dans les autres pays, intégrées dans les activités générales des organismes de radio-télévision et dans la mesure, également, où cet organisme émerge de manière significative à la répartition de la redevance ;

- à l'inverse, nous n'avons pas inclus les rares entreprises publiques actives dans le domaine de la transmission (TDF, NOZEMA,...).

**Tableau 1 - Evolution des ressources de financement  
des organismes publics de radio-télévision (1993-1997  
(millions d'ECU courants)**

		1993	1994	1995	1996	1997	1997/93
<b>AT</b>	<b>ORF</b>	<b>629,1</b>	<b>716,3</b>	<b>689,5</b>	<b>687,4</b>	<b>701,8</b>	<b>11,6%</b>
<b>BE</b>	BRTN	211,6	226,2	226,0	254,5	278,7	31,7%
	RTBF	200,8	231,6	247,9	242,2	241,2	20,1%
	<b>Total</b>	<b>412,5</b>	<b>457,8</b>	<b>474,0</b>	<b>496,6</b>	<b>519,8</b>	<b>26,0%</b>
<b>DE</b>	ZDF	1.212,8	1.082,0	1.145,9	1.144,3	1.440,3	18,8%
	ARD	4.789,9	4.910,6	5.048,5	5.083,1	5.569,0	16,3%
	DW	290,7	334,2	339,8	347,8	340,7	17,2%
	DeutschlandRadio	—	228,4	188,0	180,9	166,9	—
	<b>Total</b>	<b>6.293,4</b>	<b>6.555,1</b>	<b>6.722,2</b>	<b>6.756,0</b>	<b>7.517,0</b>	<b>19,4%</b>
<b>DK</b>	DR	300,5	314,7	329,9	343,3	349,7	16,4%
	TV2 (*)	87,5	98,8	111,0	110,9	204,0	133,1%
	<b>Total</b>	<b>388,0</b>	<b>413,5</b>	<b>440,9</b>	<b>454,2</b>	<b>553,7</b>	<b>42,7%</b>
<b>ES</b>	RTVE	750,1	651,9	633,9	597,9	547,3	-27,0%
	TVC	158,5	145,1	161,3	164,4	217,1	37,0%
	RC	16,9	17,3	20,6	21,3	21,2	25,1%
	TVG	59,3	53,3	60,0	62,6	64,0	7,9%
	Canal Sur Radio	100,1	96,1	93,0	90,6	90,0	-10,1%
	Canal Sur TV	12,9	11,8	11,5	11,7	11,3	-12,1%
	TVA Madrid	73,9	71,2	64,1	71,9	75,1	1,6%
	TVV	80,1	77,0	35,0	33,1	54,8	-31,6%
	<b>Total</b>	<b>1.251,8</b>	<b>1.123,7</b>	<b>1.079,4</b>	<b>1.053,6</b>	<b>1.080,9</b>	<b>-13,7%</b>
<b>FI</b>	<b>YLE</b>	<b>282,1</b>	<b>310,9</b>	<b>350,7</b>	<b>354,3</b>	<b>357,6</b>	<b>26,7%</b>
<b>FR</b>	FT2	658,4	749,7	777,6	829,7	815,7	23,9%
	FT3	673,5	731,0	786,7	808,7	809,0	20,1%
	La Sept/ARTE	40,4	91,3	89,1	94,0	95,0	135,1%
	INA	79,8	81,4	88,7	91,3	86,7	8,7%
	RFO	134,8	143,4	157,5	166,3	177,9	32,0%
	La Cinquième	—	—	105,3	128,4	117,5	—
	SRF	365,8	380,4	401,5	416,5	408,8	11,8%
	RFI	80,4	90,9	101,0	103,9	111,0	38,1%
	CFI	18,9	21,4	24,7	26,2	29,8	57,4%
	TV5	29,0	32,8	37,9	40,0	44,8	54,9%
	Secemie (Euronews)	22,5	15,1	5,9	10,8	11,5	-49,1%
	<b>Total</b>	<b>2.103,4</b>	<b>2.337,6</b>	<b>2.576,0</b>	<b>2.715,7</b>	<b>2.707,8</b>	<b>28,7%</b>

(\*) Les recettes commerciales des stations locales sont prises en compte depuis 1997.

Tableau 1 (suite)

	1993	1994	1995	1996	1997	1997/93
<b>GB</b> BBC	2.763,6	2.944,0	2.919,2	3.097,4	3.852,3	39,4%
C4	440,9	526,6	559,8	637,3	801,0	81,7%
<b>Total</b>	<b>3.204,5</b>	<b>3.470,6</b>	<b>3.479,0</b>	<b>3.734,7</b>	<b>4.653,3</b>	<b>45,2%</b>
<b>GR</b> ERT (est.)	<b>156,5</b>	<b>214,05</b>	<b>157,6</b>	<b>169,7</b>	<b>215,4</b>	<b>37,6%</b>
<b>IE</b> RTE	163,3	176,4	186,0	200,9	236,0	44,5%
<b>IT</b> RAI	<b>2.058,0</b>	<b>2.074,9</b>	<b>1.946,7</b>	<b>2.241,7</b>	<b>2.399,2</b>	<b>16,6%</b>
<b>NL</b> NOS	<b>666,1</b>	<b>689,3</b>	<b>715,6</b>	<b>694,0</b>	<b>715,4</b>	<b>7,4%</b>
<b>PT</b> RTP	211,0	144,8	125,7	154,2	127,4	-39,6%
RDP	55,0	47,9	51,4	54,6	56,5	2,8%
<b>Total</b>	<b>265,9</b>	<b>192,8</b>	<b>177,1</b>	<b>208,8</b>	<b>183,9</b>	<b>-30,8%</b>
<b>SE</b> SVT	335,0	348,4	354,6	406,4	400,9	19,7%
SR	184,6	189,1	200,6	214,8	216,2	17,1%
<b>Total</b>	<b>519,5</b>	<b>537,5</b>	<b>555,2</b>	<b>621,2</b>	<b>617,1</b>	<b>18,8%</b>
<b>EUR 15</b>						
<i>Fonds publics</i>	12.456,4	13.238,0	13.468,9	13.927,8	15.197,6	22,0%
- Redevance	11.472,6	11.691,6	11.969,5	12.387,0	13.812,4	20,4%
- Autres	983,8	1.546,4	1.499,5	1.540,7	1.385,2	40,8%
<i>Recettes commerciales</i>	4.964,6	5.234,5	5.287,1	5.611,3	6.312,3	27,1%
- Publicité	3.560,7	3.701,0	3.779,9	3.933,9	4.298,5	20,7%
- Parrainage	100,0	78,8	71,8	132,1	129,5	29,5%
- Ventes programmes	492,0	600,0	600,5	611,8	732,4	48,9%
- Autres	811,9	854,8	834,9	933,5	1.151,9	41,9%
<i>Autres</i>	973,3	797,9	793,9	849,9	948,8	-2,5%
<b>Total</b>	<b>18.394,2</b>	<b>19.270,4</b>	<b>19.549,9</b>	<b>20.388,9</b>	<b>22.458,8</b>	<b>22,1%</b>

Source : Observatoire européen de l'audiovisuel

### Une croissance plus faible que les autres branches du secteur audiovisuel

A l'exception du secteur du câble, le secteur public de la radiodiffusion constitue la branche du secteur audiovisuel européen qui a connu la croissance la plus faible entre 1993 et 1997 (tableau 2). A défaut de disposer d'indicateurs financiers exhaustifs pour le câble et la télévision à péage, on

a retenu des indicateurs physiques (croissance en nombre d'abonnés). La croissance des recettes du secteur public européen a été de l'ordre de 22,1 % entre 1993 et 1997, c'est-à-dire une croissance sensiblement plus forte que celle du parc des abonnés au câble (21 %), mais plus faible que celle du chiffre d'affaires du secteur vidéo (22,6 %), et significativement plus faible que celle des recettes de salles de cinéma (27,5 %) et des investissements publicitaires "grands médias" (27,7 %). Le secteur de la télévision à péage est, sans surprise, celui qui a connu le développement le plus rapide à l'échelle européenne (taux de croissance de 183 % entre 1993 et 1997). Encore ce chiffre ne tient-il pas compte du développement des abonnements aux bouquets numériques, très rapide en 1997 et 1998.

**Tableau 2 - Taux de croissance des diverses branches du secteur audiovisuel entre 1993 et 1997**

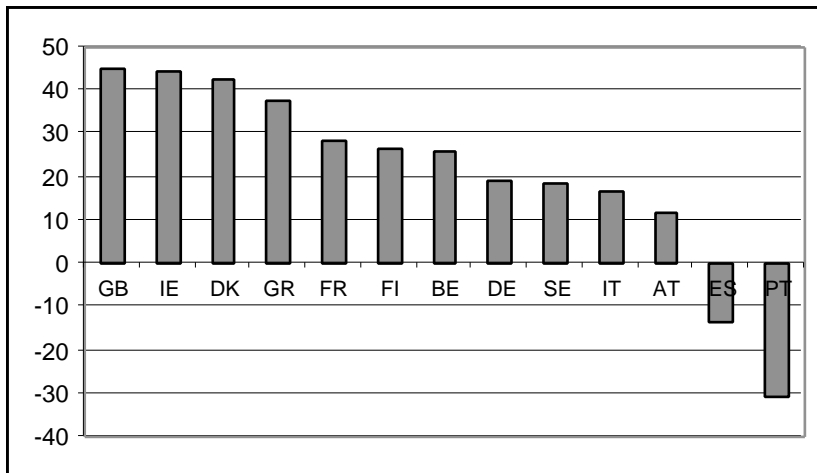
	Ressources du service public	Investissements publicitaires "grands médias"	Foyers abonnés au câble	Abonnements chaînes à péage	Recettes salles cinéma	CA marché vidéo (vente et location)
AT	11,6%	19,4%	20,9%	363,0%	16,3%	31,0%
BE	26,0%	32,2%	3,8%	8,8%	16,1%	32,3%
DE	19,4%	19,7%	19,1%	101,2%	24,0%	2,2%
DK	42,7%	43,3%	14,0%	70,6%	26,8%	36,0%
ES	-13,7%	4,4%	207,7%	106,5%	30,0%	13,8%
FI	26,7%	59,3%	16,7%	19,0%	27,0%	63,5%
FR	28,7%	17,2%	85,9%	163,9%	14,2%	26,1%
GB	45,2%	55,3%	203,1%	348,2%	60,9%	37,9%
GR	37,6%	31,4%	—	n.c.	57,4%	40,7%
IE	44,5%	61,6%	28,9%	n.c.	53,9%	33,7%
IT	16,6%	22,1%	—	59,6%	16,3%	-6,5%
NL	7,4%	36,3%	6,7%	44,6%	21,5%	13,0%
PT	-30,8%	53,6%	3730,0%	n.c.	160,3%	18,6%
SE	18,8%	46,4%	19,0%	-23,7%	8,9%	54,0%
EUR15	22,1%	27,7%	21,3%	183,2%	27,5%	22,6%

Source : Observatoire européen de l'audiovisuel

Le graphique 1 illustre la variété des situations nationales. Les cas de croissance plus rapide des ressources du service public par rapport aux autres branches sont assez rares. Le graphique 2 illustre la place prépondérante du service public allemand, dont les ressources constituent l'équivalent des ressources du secteur britannique et français réunies après avoir bénéficié, en 1997, d'une augmentation substantielle de la redevance.

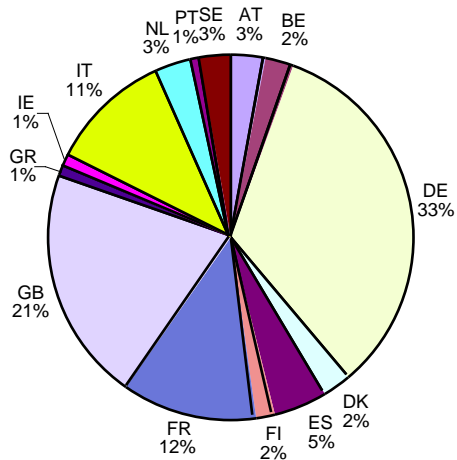


**Graphique 1 - Taux de croissance des revenus des organismes publics de radio-télévision de l'Union européenne (1993-1997)**



Source : Observatoire européen de l'audiovisuel

**Graphique 2 - Ventilation des recettes du secteur public de radio-télévision dans l'Union européenne (1997)**



Source : Observatoire européen de l'audiovisuel

Il est intéressant de comparer la croissance des recettes publicitaires des organismes de radio-télévision de service public avec celle des investissements publicitaires en télévision et en radio, telle qu'elle est analysable à partir des données publiées par *The European Advertising and Media Forecast* <sup>(2)</sup> (tableau 3). Avec un taux de croissance de 20,7 %, les recettes publicitaires du secteur public européen ont crû nettement moins rapidement que les investissements publicitaires en télévision (44 %) et en radio (37 %). Cela s'explique par le fait que le service public suédois n'a pas du tout profité de l'ouverture du marché publicitaire en radio et télévision et par le fait que les recettes publicitaires du secteur public ont été en recul en Allemagne, en Espagne, aux Pays-Bas, au Portugal et qu'elles ont stagné en Autriche.

En ce qui concerne le Danemark, il y a lieu de tenir compte du fait qu'à partir de 1997 les recettes publicitaires des stations locales affiliées à TV2 ont été incluses, ce qui explique la forte croissance de ce poste.

**Tableau 3 - Evolution des ressources publicitaires des organismes de radio-télévision de service public (1993-1997)**

Total ressources publicitaires du secteur public							Croissance des investissements publicitaires	
Millions d'ECU							TV	radio
							1997/93	1997/1993
	1993	1994	1995	1996	1997	1997/93		
AT	298,3	317,2	302,4	289,4	306,7	2,8%	63%	47%
BE	54,2	83,5	94,5	92,6	95,2	75,5%	85%	15%
DE	643,7	604,6	582,5	619,3	587,1	-8,8%	76%	31%
DK	64,1	66,4	70,1	67,7	142,1	121,6%	9%	9%
ES	583,6	521,1	523,2	517,4	532,1	-8,8%	76%	34%
FI	27,9	37,2	50,9	47,3	47,5	70,0%	28%	1%
FR	435,1	491,7	585,3	629,0	668,7	53,7%	58%	128%
GB	423,2	507,9	540,5	602,6	744,1	75,8%	4%	29%
GR	10,6	17,0	10,7	13,8	14,0	31,9%	52%	36%
IE	82,5	90,0	94,9	103,1	115,9	40,6%	25%	214%
IT	605,5	645,7	619,9	726,1	826,8	36,5%	33%	71%
NL	199,1	230,7	229,6	162,6	157,9	-20,7%	31%	86%
PT	132,7	87,8	75,2	63,0	60,5	-54,4%	89%	1274%
EUR153	560,7	3 701,0	3 779,9	3 933,9	4 298,5	20,7%	44%	37%

(2) *The European Media and Advertising Forecast*, NTC, Henley-on Thames, novembre 1998.

## Les évolutions divergentes des modes de financement du service public

L'examen des sources de financement (tableau 4) des organismes de radio-télévision de service public en Europe met en évidence une telle variété de situations que toute tentative qui viserait à définir le service public par le mode de financement est vouée à l'échec. L'importance du financement public (redevance, subventions, conventions, etc. varie entre 96 % et 35 % des ressources du secteur public. La redevance prélevée sur les appareils récepteurs a beau être la forme historique de financement du service public, et, aujourd'hui encore la plus répandue, elle n'est néanmoins pas la forme unique et est même totalement absente du financement des organismes de service public dans plusieurs pays.

**Tableau 4 - Importance relative des diverses formes de financement des organismes de radio-télévision de service public dans l'Union européenne (1993-1997)**  
(en pourcentage des recettes ordinaires)

		1993	1994	1995	1996	1997
AT	Fonds publics	46%	47%	50%	51%	47%
	Redevance	43%	44%	45%	46%	45%
	Recettes commerciales	51%	51%	48%	46%	47%
	Publicité	47%	44%	44%	42%	44%
	Autres	4%	4%	5%	6%	7%
BE	Fonds publics	71%	68%	67%	65%	61%
	Recettes commerciales	23%	28%	29%	29%	29%
	Publicité	13%	18%	20%	19%	18%
	Autres	6%	4%	4%	6%	9%
DE	Fonds publics	74%	77%	78%	77%	78%
	Redevance	69%	69%	71%	70%	72%
	Recettes commerciales	17%	16%	15%	17%	16%
	Publicité	10%	9%	9%	9%	8%
	Autres	9%	7%	7%	6%	6%
DK	Fonds publics	75%	77%	77%	75%	66%
	Redevance	75%	77%	77%	75%	66%
	Recettes commerciales	25%	23%	23%	25%	34%
	Publicité	17%	16%	16%	15%	26%
ES	Fonds publics (Subv.)	49%	49%	46%	45%	39%
	Recettes commerciales	51%	51%	54%	54%	59%
	Publicité	47%	46%	48%	49%	49%
	Autres	0%	1%	0%	0%	2%
FI	Fonds publics	79%	77%	75%	75%	74%
	Redevance	78%	76%	74%	75%	74%
	Recettes commerciales	19%	22%	24%	23%	25%
	Autres	2%	1%	2%	1%	1%

	1993	1994	1995	1996	1997	
FR	Fonds publics	67%	66%	66%	66%	65%
	Redevance	62%	58%	57%	57%	58%
	Recettes commerciales	33%	34%	34%	34%	35%
	Publicité	20%	21%	23%	23%	25%
	Autres	0%	0%	0%	0%	0%
GB	Fonds publics	71%	68%	67%	67%	66%
	Redevance	64%	62%	60%	61%	60%
	Recettes commerciales	23%	25%	27%	27%	29%
	Publicité/parrainage	13%	14%	15%	15%	15%
	Autres	7%	6%	6%	6%	5%
GR	Fonds publics	93%	92%	93%	92%	94%
	Facture électricité	74%	83%	88%	88%	90%
	Recettes commerciales	7%	8%	7%	8%	6%
IE	Fonds publics	38%	36%	34%	35%	35%
	Redevance	38%	36%	34%	35%	35%
	Recettes commerciales	62%	64%	66%	65%	65%
	Publicité	50%	51%	51%	51%	49%
IT	Fonds publics	60%	60%	60%	58%	56%
	Redevance	56%	57%	57%	55%	53%
	Recettes commerciales	35%	37%	36%	38%	40%
	Publicité	29%	31%	32%	32%	34%
	Autres	5%	4%	3%	4%	3%
NL	Fonds publics	68%	65%	66%	69%	69%
	Redevance	68%	65%	66%	69%	69%
	Recettes commerciales	30%	33%	32%	23%	22%
	Publicité	30%	33%	32%	23%	22%
	Autres	1%	1%	2%	8%	9%
PT	Fonds publics	35%	44%	48%	62%	59%
	Recettes commerciales	50%	46%	43%	36%	37%
	Publicité	50%	46%	42%	30%	33%
	Autres	15%	10%	9%	3%	4%
SE	Fonds publics	96%	95%	95%	95%	96%
	Redevance	96%	95%	95%	95%	96%
	Recettes commerciales	4%	4%	4%	4%	3%
	Autres	1%	2%	1%	1%	1%
EUR14	Fonds publics	67,7%	68,7%	68,9%	68,3%	67,7%
	Redevance	62,4%	60,7%	61,2%	60,8%	61,5%
	Autres	5,3%	8,0%	7,7%	7,6%	6,2%
	Recettes commerciales	27,0%	27,2%	27,0%	27,5%	28,1%
	Publicité	19,4%	19,2%	19,3%	19,3%	19,1%
	Parrainage	0,5%	0,4%	0,4%	0,6%	0,6%
	Ventes programmes	2,7%	3,1%	3,1%	3,0%	3,3%
	Autres	4,4%	4,4%	4,3%	4,6%	5,1%
	Autres	5,3%	4,1%	4,1%	4,2%	4,2%

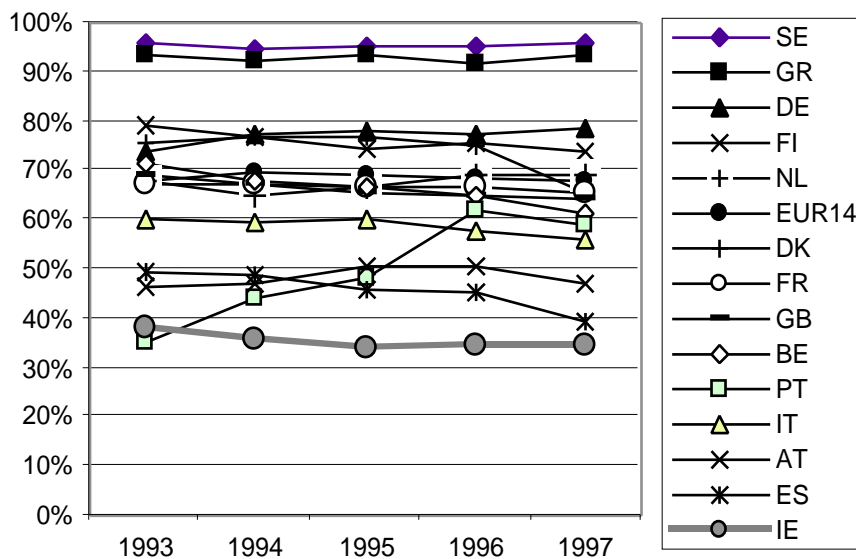
Source : Observatoire européen de l'audiovisuel

Considérée au niveau de l'Union européenne, la ventilation des ressources du service public entre 1993 et 1997 peut être évaluée comme très stable : l'importance de la redevance oscille entre 67,2 % et 68,9 % du total des recettes ordinaires, tandis que l'importance de la publicité oscille entre 19,1 et 19,4 %. Les seules évolutions qui peuvent paraître significatives sont :

- la fluctuation des recettes publiques autres que la redevance entre 5,3 et 8 %,
- la légère progression des ventes de programmes, dont l'importance passe de 2,7 % en 1993 à 3,3 % en 1997.

En fait, cette apparente stabilité obtenue en totalisant les chiffres européens masque la divergence des évolutions nationales (graphique 3). Alors que le poids relatif du financement public a légèrement décliné en France (de 67 en 1993 à 65 % en 1997) et en Italie (de 60 à 56 %), il a diminué de manière significative en Espagne (de 49 à 39 %) et au Royaume-Uni (de 71 à 66 %), alors qu'il augmentait en Allemagne (de 74 à 78 %) et au Portugal (de 35 à 59 %).

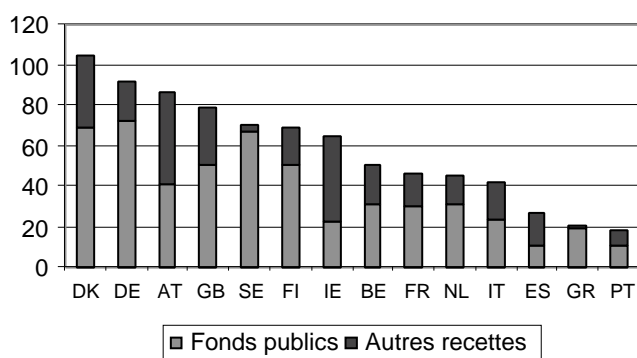
**Graphique 3 - Importance des fonds publics dans le financement des organismes publics de radio-télévision dans l'Union européenne (1993-1997)**  
(en % du total des recettes ordinaires)



Source : Observatoire européen de l'audiovisuel

Enfin, il est intéressant de comparer les recettes moyennes par habitant du secteur public : dans ce domaine également, les écarts sont considérables (graphique 4). Le service public danois perçoit 106 ECU de recette par habitant, contre seulement 18 pour le service public portugais. Si l'on considère uniquement les recettes publiques (redevance, subventions,...), c'est le service public allemand qui en reçoit le plus (72 ECU par habitant) et le service public espagnol qui en reçoit le moins (11 ECU par habitant).

**Graphique 4 - Recette moyenne par habitant des organismes publics de radio-télévision (ECU/habitant)**



Source : Observatoire européen de l'audiovisuel

### Observer n'est pas conclure

Face à une telle diversité de situations nationales, l'observateur se gardera de conclure. L'analyse statistique des ressources de financement n'est évidemment qu'un des éléments de l'analyse de l'économie du service public. Encore faudrait-il comparer la santé financière, les capacités d'investissements et la manière dont les différents organismes entendent affronter les enjeux du siècle prochain : passage au numérique, convergence, stratégies de programmation et de production, sans oublier, bien entendu, ce qui constitue probablement la raison d'être dernière du service public, la promotion du pluralisme.

D'un telle comparaison de chiffres – que des études plus détaillées devraient contribuer à éclairer – chacun pourra trouver matière à réflexion et, probablement, en fonction de sa propre vision de l'avenir du service public, à arguments et propositions.