

Mercredi 23 mars 2022

CAP OU PAS CAP ?

IL FAUT PRÉSERVER LE FINANCEMENT L'AUDIOVISUEL PUBLIC !

À l'heure où l'Audiovisuel public continue tant bien que mal de faire face aux coupes budgétaires qui lui sont imposées depuis 5 années consécutives, la volonté affichée par plusieurs candidats à la Présidentielle de supprimer la Contribution à l'audiovisuel public (CAP) au nom de la « Défense du pouvoir d'achat » suscite colère et incompréhension dans un secteur déjà malmené.

Cette mesure purement électoraliste est doublement infondée puisque la suppression de la CAP (138 €) ne compensera même pas l'inflation galopante qui frappe notre pays (3,6 % en février, du jamais-vu depuis la crise financière de 2008) mais surtout parce que la question du pouvoir d'achat ne peut se résoudre uniquement par des suppression de taxes et passe avant tout par l'accroissement de la richesse créée par le travail et donc l'augmentation des salaires.

Au-delà des considérations financières, la CFTC rappelle que la CAP est un gage d'indépendance éditoriale pour les médias de France Médias Monde, à la renommée internationale.

La remise en cause d'un financement affecté à l'audiovisuel public est d'autant plus fâcheuse dans le contexte actuel, alors que la CAP est censée préserver les médias publics d'arbitrages budgétaires aléatoires ou dictés par des logiques plus souvent politiques que stratégiques.

► UN NIVEAU DE FINANCEMENT PARMIS LES PLUS FAIBLES D'EUROPE

Longtemps gelée, la CAP en France (138 €) figure aujourd'hui parmi les plus faibles d'Europe : les contributions équivalentes* s'élèvent ainsi à environ 162 € au Royaume-Uni, 210 € en Allemagne, à 334 € au Danemark et à 394 € en Suisse où les citoyens ont rejeté massivement en 2018 une proposition visant la suppression de la redevance (*Rapport Bergé).

À l'échelle de France Médias Monde le budget alloué à France 24, RFI et MCD représente un peu moins de 10 euros par an pour le contribuable assujéti à la CAP. Cette part, aujourd'hui menacée, paraît pourtant bien dérisoire au regard des enjeux stratégiques et des moyens à mettre en œuvre pour les remplir.

Jamais les missions de l'audiovisuel public et en particulier celles de FMM n'auront paru aussi essentielles. La CFTC continuera de défendre la spécificité de France Médias Monde, sur la scène internationale comme en France, et à plaider pour un financement garantissant son indépendance vis-à-vis des pressions budgétaires et du pouvoir politique en place, quel qu'il soit.