

La BBC veut réduire sa taille pour conserver sa redevance

Description

Dans un contexte politique particulier où l'importance prise par la BBC sur le marché des médias britanniques est dénoncée, le groupe audiovisuel public a présenté un plan qui, pour la première fois, prévoit la suppression de certaines activités.

Alors que le monopole de la BBC sur la redevance audiovisuelle est remis en question (voir le n°12 de *La revue européenne des médias* automne 2009), Mark Thomson, le directeur général de la BBC, a présenté le 2 mars 2010 un rapport baptisé « Donner la priorité à la qualité » qui, pour la première fois de l'histoire de la BBC, propose de supprimer certains de ses services et de recentrer l'activité du groupe sur ses missions essentielles de production de programmes nationaux innovants. Si ce rapport peut constituer une réponse à l'arrivée possible des conservateurs au pouvoir, critiques envers la BBC, il témoigne néanmoins de l'ampleur du débat national sur les missions et le rôle de la BBC dans le paysage médiatique britannique. En effet, outre les contingences politiques, la BBC est de plus en plus critiquée par les médias privés britanniques qui lui reprochent une concurrence déloyale grâce à la manne de la redevance, 3,7 milliards de livres en 2009 (4,23 milliards d'euros). Menés par James Murdoch, qui dirige les activités européennes de News Corp., les éditeurs de presse reprochent notamment à la BBC de venir les concurrencer sur leur propre terrain, en ayant par exemple racheté 75 % des guides Lonely Planet en 2009 et en éditant des magazines. Ils reprochent surtout à la BBC de favoriser le « tout gratuit » avec son site parmi les plus fréquentés au Royaume-Uni, et d'entraver ainsi les stratégies de retour au payant pour la presse en ligne, défendues par les journaux de News Corp. (The Times notamment). La fronde gagne désormais la Newspaper Publishers Association (NPA), l'association britannique des journaux, qui a dénoncé le projet de la BBC, annoncé le 17 février 2010, de lancer deux applications gratuites pour téléphone mobile dans le courant de l'année, l'une en avril 2010, baptisée BBC News, qui permettra d'accéder à toute l'information produite par le groupe, et l'autre au printemps, BBC Sport, disponible pour la Coupe du monde de football et qui offrira les matchs en direct. De leur côté, les chaînes privées reprochent à la BBC une concurrence sur le marché des droits sportifs et des séries américaines, concurrence qui tire vers le haut les coûts d'acquisition, alors même que ces programmes sont ceux qui, pour les chaînes privées, fédèrent l'audience et attirent les recettes publicitaires, tout en étant pas essentiels à la mission intellectuelle, dit général de la BBC.

La pression exercée sur la BBC aura donc produit des effets, même si le plan présenté le 2 mars 2010 peut également s'apparenter à une réduction de coûts dont la BBC est coutumière, l'objectif étant d'économiser 150 millions de livres par an. Le plan prévoit ainsi la fermeture à fin 2011 de deux radios numériques sur les neuf que compte le groupe, BB6 Music et Asian Network, la première

étant chère (9 millions de livres par an pour 600 000 auditeurs hebdomadaires) quand la seconde est peu coûteuse (360 000 auditeurs hebdomadaires en 2009). Mais la mesure symbolique du plan concerne d'abord la division Internet de la BBC, BBC Online, dont le budget va être amputé de 25 %, ce qui devrait, à terme, conduire à une réduction de moitié du nombre de pages sur le site de la BBC à l'horizon 2013. L'ampleur de la réduction est toutefois à nuancer dans la mesure où le budget pour les contenus Internet de la BBC ne représente que 5 % de celui de la télévision. En matière de presse, les magazines du public commercial BBC Worldwide pourraient être réduits. Enfin, pour les activités de télévision, certaines émissions pour adolescents devraient être supprimées au profit de Channel Four qui pourra les diffuser, en même temps qu'est prévue une diminution des budgets consacrés à l'achat de droits sportifs et de programmes à l'étranger, dont les séries américaines. Au total, ces différentes mesures doivent permettre de réallouer 600 millions de livres des activités concurrentielles vers la production de nouveaux programmes. Enfin, cette révision du périmètre et des objectifs de la BBC pourrait se solder par la suppression de 600 postes supplémentaires après les 8000 postes déjà supprimés depuis 2005 sur un total de 26 000 employés (voir le n°5 de *La revue européenne des médias*, hiver 2007-2008).

Sources :

- « La BBC se lance à l'assaut de l'info sur mobiles, au grand dam des journaux », AFP, 18 février 2010.
- « « Tantine », un tantinet tentaculaire », Frédéric André *Libération*, 22 février 2010.
- « BBC, de graissage à tous les étages », Sonia Delesalle-Stolpe *Libération*, 8 mars 2010.
- « La BBC se prépare à une réduction drastique de ses dépenses, selon The Times », *La Correspondance de la Presse*, 1er mars 2010.
- « La BBC annonce une cure d'austérité sans précédent », AFP, 2 mars 2010.
- « A la veille des élections britanniques, la BBC pousse à réduire la voilure sur Internet », N.S., *Les Echos*, 3 mars 2010.

Categorie

1. Economie
2. Un trimestre en Europe

date création

20 mars 2010

Auteur

alexandrejoux