



## France Inter

# L'actionnaire c'est le public

Selon le Monde, Philippe Val aurait déclaré « *France Inter est une radio qui coûte cher à l'actionnaire, qui n'est pourtant pas très bien traité par la station* ». Propos tenus, nous dit-on devant des membres de la Société des Producteurs.

Nous n'avons jamais lu ni entendu, par le passé, pareille déclaration. Philippe Val confond sans doute notre actionnaire (les auditeurs et les français en général), et le sien, le pouvoir qui l'a nommé.

Jamais un directeur de France Inter n'a parlé en ces termes.

Ces mots sentent les années 60, ils ont le parfum de la « radio d'Etat », ils rappellent le téléphone rouge des ministères de l'information, l'allure d'Alain Peyrefitte venant présenter lui-même le décor du nouveau journal télévisé. Donc ces mots sont impossibles. Ils ne peuvent pas avoir été prononcés par Philippe Val. Ils sont si graves qu'ils ne sont pas pensables.

Si graves que le Directeur de France Inter n'aura pas de mal à démentir officiellement et avec la plus grande vigueur un discours qui laisse entendre que le budget de la chaîne serait lié à la docilité de ses journalistes.

**Philippe Val aurait aussi dit au Monde : « Je ne veux pas que France Inter soit un musée ».**

De quel musée parle-t-il ?

Les programmes de la chaîne ont été profondément renouvelés au cours des trois dernières années, et France Inter est une locomotive. Les journalistes et les producteurs de la chaîne démontrent, au jour le jour, ce que veut dire la différence : du sens, de la culture, de l'exigence, de l'humour. Nos programmes sont écoutés par des millions d'auditeurs, et podcastés par des millions supplémentaires. Après une période de crise dans les années 2006, ils ont reconquis leur public, et rajeuni l'audience.

Où est le Musée Monsieur le Directeur ?

Nous refusons de croire que Philippe Val ait dans l'idée -pour jouer au patron- de tailler notre antenne à la hache.

Tout directeur de chaîne le sait : l'immobilisme est à proscrire, mais les changements sont à doser. Ils doivent être homéopathiques et réguliers, deux à trois pour cents d'une grille, de temps en temps, sans quoi on dérouté l'auditeur et on casse la dynamique.

Or on entend parler de changements radicaux... De coupes sombres... De l'élimination d'émissions emblématiques. Dans les couloirs de votre radio, Monsieur le Directeur, vrai ou exagéré mais sachez-le, on parle de « Saint Barthélémy ».

Si vous ne démentiez pas vos propos sur l'actionnaire, sur le musée, et si ces craintes n'étaient infirmées, ayez conscience qu'une crise très grave serait ouverte, et que le SNJ passerait à l'action. La Direction ne foncerait pas dans une réforme à la hussarde, mais dans un mur.

Paris, le 10 janvier 2009