

A S S E M B L É E N A T I O N A L E

X I V ^e L É G I S L A T U R E

Compte rendu

Commission des affaires étrangères

Mardi

3 décembre 2013

Séance de 17 heures 30

Compte rendu n° 23

SESSION ORDINAIRE DE 2013-2014

- Audition de Mme Marie-Christine Saragosse, présidente de France Médias Monde (*ouverte à la presse*)..... 2
- Avis de la commission sur le projet de contrat d'objectifs et de moyens de France Médias Monde

**Présidence
de Mme Elisabeth
Guigou,**
Présidente et de **Mme
Odile Saugues,** *vice-
présidente*



Audition de Mme Marie-Christine Saragosse, présidente de France Médias Monde

La séance est ouverte à dix-sept heures trente.

Mme la présidente Élisabeth Guigou. Nous accueillons ce soir Mme Marie-Christine Saragosse, présidente de France Médias Monde, que je remercie d'avoir accepté notre invitation, pour une audition, ouverte à la presse, consacrée au projet de contrat d'objectifs et de moyens (COM) entre l'État et France Médias Monde pour les années 2013 à 2015.

Au nom de tous les membres de notre Commission, je souhaite avant toute chose rendre à nouveau hommage aux deux journalistes de Radio France internationale (RFI), Ghislaine Dupont et Claude Verlon, enlevés puis tués au Mali au début du mois de novembre. Je sais quel traumatisme profond ces assassinats ont été pour la rédaction de RFI, pour vous, madame, et pour l'ensemble du groupe.

La société France Médias Monde, que vous présidez depuis un peu plus d'un an, a été créée en 2008 pour rassembler les participations que l'État détient dans les différentes composantes de l'audiovisuel extérieur. Je ne reviendrai pas sur l'histoire tourmentée de l'ex-Audiovisuel extérieur de la France (AEF), sauf pour rappeler les principaux axes de la réforme décidée en 2012 afin d'apaiser le climat et de faire repartir l'entreprise sur de nouvelles bases. D'une part, la fusion, très décriée, des rédactions de RFI, France 24 et Monte Carlo Doualiya a finalement été abandonnée, pour préserver l'identité et la signature de chacune de ces chaînes ; d'autre part, le premier actionnaire de TV5 Monde, que vous avez dirigé jusqu'en octobre 2012, n'est plus France Médias Monde mais France Télévisions. À cela s'est ajouté, en juin dernier, un changement de dénomination : la société chargée de l'audiovisuel extérieur est désormais connue sous le nom de « France Médias Monde ». C'est nettement plus parlant que l'ancien sigle « AEF », et c'est aussi un marqueur du changement plus général souhaité par l'État.

Notre Commission s'intéresse tout particulièrement à l'action de votre société, qui rassemble, outre RFI et France 24, Monte Carlo Doualiya, chaîne arabophone conçue depuis Paris, moins connue en France que les deux autres chaînes, mais très appréciée et très écoutée dans son bassin historique, le Proche et le Moyen-Orient. Notre Commission consacre d'ailleurs chaque année à l'action audiovisuelle extérieure un avis budgétaire, dont les co-rapporteurs sont Jean-Jacques Guillet et François Rochebloine. Ils vous ont déjà reçue, dans ce cadre, au mois de septembre.

Le projet de COM a trois axes, que vous détaillerez : affirmer les identités respectives de ces trois médias, appuyées sur un socle de valeurs communes ; développer une présence mondiale sur tous les supports, y compris les « nouveaux médias » ; construire un groupe « respectueux de ses salariés » et poursuivre l'adaptation de l'organisation opérationnelle.

J'ai été sensible à la présentation faite dans le COM de votre présence dans le monde. Le projet distingue les zones de consolidation, où il vous faut maintenir vos positions ; les zones de développement, où vous devrez rechercher une plus grande notoriété ; les zones de conquête enfin, où l'objectif est d'approcher les marchés. J'aimerais connaître les priorités géographiques retenues dans le projet de COM ; ce disant, je pense en particulier aux marchés émergents en Asie.

Il serait aussi utile de revenir sur l'année qui s'est déroulée depuis votre nomination à la tête de France Médias Monde. Grâce à un climat pacifié et une remobilisation autour de projets fédérateurs, l'entreprise donne l'impression d'être de nouveau en ordre de marche ; c'est une condition indispensable à la réalisation de votre contrat d'objectifs et de moyens, et c'est d'ailleurs l'enjeu de son troisième volet.

Enfin, le projet de COM indique qu'il « conviendra d'entériner l'apaisement des relations entre TV5 Monde et France 24, ainsi que d'explorer des synergies à inventer ». Pourriez-vous faire le point sur l'état actuel des relations entre les deux sociétés et sur les synergies potentielles ? Une concurrence, assez négative, ne persiste-t-elle pas entre les deux chaînes, certains opérateurs ne percevant pas toujours l'intérêt de diffuser deux chaînes en français ? Si tel est le cas, comment favoriser leur complémentarité ?

Mme Marie-Christine Saragosse, présidente de France Médias Monde. Je souhaite profiter de ma présence au sein de l'Assemblée nationale pour la première fois depuis les événements tragiques du 2 novembre pour vous remercier, toutes et tous. La minute de silence observée, le 5 novembre, par la représentation nationale à la demande du président Claude Bartolone en mémoire de Ghislaine Dupont et de Claude Verlon ; les mots de M. François Loncle et de M. Jean-Jacques Guillet ; votre présence à nos côtés, madame la présidente, le 6 novembre, lors de la cérémonie organisée en hommage à nos collègues, ont été autant de témoignages d'un fort soutien à RFI et à l'ensemble du groupe.

Cette terrible tragédie a aussi entraîné un mouvement de sympathie dont l'ampleur m'a surprise : nous avons reçu, du monde entier, d'innombrables témoignages de soutien qui n'avaient rien de convenu – imaginez qu'une minute de silence a même été organisée en Inde à la mémoire de nos deux journalistes ! C'est dire qu'au-delà des questions de fonds de roulement, de parts de marché et de *benchmarking*, nous sommes porteurs de valeurs et d'une manière d'être au monde de l'information qui comptent. Nous ne le mesurons pas toujours lorsque nous sommes en France ; mais, aussitôt passées les frontières, on prend conscience que dans bien des pays qui, souvent, souffrent, la présence audiovisuelle française a de l'importance. Il faut s'en souvenir, car là est le cœur de notre projet : le message que nous portons dans le monde. Nous devons nous le rappeler pour rester fidèles à ceux qui risquent leur vie pour défendre une certaine idée de l'information. Je vous remercie une nouvelle fois pour le soutien appuyé de la représentation nationale à la rédaction de RFI et à tout le groupe en ces moments douloureux.

Le contrat d'objectifs et de moyens que, accompagnée de Victor Rocaries, directeur général délégué, Thierry Delphin, directeur financier, Geneviève Goëtzinger, directrice des relations institutionnelles, et Thomas Legrand-Hedel, directeur adjoint de la communication, je suis venue vous présenter, est issu d'un dense travail collectif mené depuis un an. Nous avons commencé par nous interroger, précisément, sur ce que nous voulions dire – et quelles valeurs voulons-nous défendre, sinon la liberté d'informer et d'être informé, l'égalité entre les hommes et les femmes, les droits humains, le fait que l'information n'est pas de la propagande mais qu'elle résulte de la confrontation des points de vue, la laïcité enfin, qui est souvent une idée neuve hors de nos frontières ? Ce socle de valeurs communes à l'ensemble de nos médias a fondé notre plan stratégique. Ensuite, nous avons travaillé avec les services de l'État à la traduction de ce plan dans le projet de COM, qui est donc l'émanation d'un travail collectif, soutenu, pour cette raison, par les équipes, inquiètes cependant des moyens dont nous disposerons pour remplir ce contrat.

Il nous a fallu, bien sûr, cerner l'environnement audiovisuel mondial et ses évolutions prévisibles. Nous avons pris acte de 4 évolutions pour construire notre stratégie. L'explosion des nouveaux médias en premier lieu, tout en notant qu'elle diffère selon les

lieux et qu'elle n'a pas nécessairement d'effet substitutif. Ainsi, dans le monde, 80 % des images continuent d'être regardées sur des télévisions « à la papa », et l'évolution se fait souvent vers le « multi-écrans » : il n'y a pas substitution mais ajout. Quant à la télévision sur les téléphones intelligents, elle n'est pas encore tout à fait au point en bien des régions du monde, et elle coûte très cher. Autant dire qu'il n'est pas question pour nous de lâcher un barreau de l'échelle avant d'avoir saisi le suivant si nous voulons consolider notre présence.

Il n'empêche que la mobilité rendue possible par les nouveaux outils que sont les téléphones portables et les tablettes est à l'origine d'une révolution généralisée, que l'on ressent particulièrement en Afrique. De même, l'omniprésence des réseaux sociaux fait que l'on ne peut plus s'exprimer de manière uniforme au risque, sinon, de se couper de la jeunesse qui, dans certains pays, constitue la moitié de la population. Mobilité et réseaux sociaux structurent donc notre plan stratégique.

Autre facteur marquant pour la télévision : la généralisation, inexorable, de la haute définition. Ne pas pouvoir proposer d'offre en haute définition peut provoquer une éviction, soit que certains bouquets ne veuillent plus offrir que des chaînes en haute définition, soit que le surplus de capacités satellitaires rendu nécessaire par cette technique conduise à évincer celles des chaînes qui n'auront pas migré vers la nouvelle technique. Une extrême vigilance est donc de mise.

De même, en 2020, la télévision analogique hertzienne aura cessé d'être, toutes les chaînes ayant basculé sur la TNT. C'est une source d'opportunités, mais aussi de risques si nous ratons le coche, en Afrique francophone notamment.

Le paysage audiovisuel mondial se caractérise enfin par l'instabilité et l'hétérogénéité d'une concurrence de plus en plus violente, dotée de surcroît de moyens de beaucoup supérieurs aux nôtres, qu'il s'agisse de l'audiovisuel extérieur du Qatar, de Chine, ou d'autres pays. Les médias de l'audiovisuel public américain regroupés au sein du *Broadcasting Board of Governors* disposent ainsi de 750 millions de dollars, BBC World Service de 400 millions d'euros, Deutsche Welle de 270 millions et Al Jazeera de 600 millions, tout comme CNN. J'ignore le budget de Russia Today, mais je sais qu'ils sont prêts à payer pour entrer sur les réseaux ; ce n'est pas notre cas, et cela peut fausser la concurrence. Voilà le cadre dans lequel s'inscrit notre COM.

Dans le droit fil de la réforme du 12 juillet 2012, le projet de COM réaffirme en premier lieu l'identité forte de chacun des trois médias du groupe. En partie complémentaires sur les plans éditorial et linguistique, ils chercheront des publics également complémentaires.

RFI a été réaffirmée très fortement comme une radio d'expertise, de réflexion et de découverte, en français et en douze langues étrangères. Ce n'est pas une chaîne d'information continue, mais l'information est son épine dorsale. RFI a pour nouvelle signature « *Les voix du monde* » : elle dit la vision plurielle proposée sur son antenne. Sur cette antenne très interactive, les auditeurs, notamment ceux d'Afrique, nous donnent, tous les matins, bien des leçons de géostratégie. Ce sont de leurs voix aussi dont parle notre signature.

Monte Carlo Doualiya, radio généraliste, se revendique radio de la liberté, de la laïcité et de l'universalisme en langue arabe. Sa nouvelle signature est « *Sur la même longueur d'onde* »... que le monde arabe qui exige la liberté et l'égalité entre les hommes et les femmes.

France 24 diffuse des informations en continu et le fera davantage encore ; parce qu'elle est multilingue, il s'agit, en réalité, de trois chaînes de télévision. Nous avons donc décidé de mettre fin au parallélisme absolu des trois antennes, considérant à la fois que le « *prime time* » diffère selon le point du globe où les téléspectateurs regardent les informations

et qu'il convient de contextualiser davantage les informations diffusées, en fonction de la langue et de la culture de ceux qui nous regardent. La nouvelle signature de France 24 est « *Liberté, égalité, actualité* ». La campagne à venir sera illustrée par des photos de l'Agence France Presse, dont nous nous rapprochons beaucoup et avec laquelle nous espérons signer un accord en 2014. Si, dans le rappel de la devise républicaine ne figure pas le mot « fraternité », c'est qu'au fond ce qui est humain est au cœur de tous les programmes de France 24 ; la bonne manière d'être fraternel, quand on est journaliste, c'est de donner une information impartiale au plus près des faits. De plus, les visuels qui illustrent la campagne traitent souvent de la fraternité. La conférence de presse qui aura lieu demain, à l'occasion du septième anniversaire du lancement de France 24, nous donnera l'occasion de réaffirmer la rigueur et la réactivité de l'antenne.

Ainsi, pour chacun des médias, nous avons réaffirmé que nous parlons depuis la France et que nous couvrons l'actualité internationale avec un regard qui nous distingue tant des chaînes anglophones que des chaînes arabophones.

Le deuxième volet du projet de COM traite de la distribution. Dans les zones de consolidation – Afrique francophone, Maghreb, Proche et Moyen-Orient – France 24, RFI et Monte Carlo Doualiya ont une notoriété certaine et une audience très significative, pour ne pas dire qu'elle est la première. Maintenir nos positions implique que nous ne nous laissions pas distancer par une concurrence très rude : celle, toujours croissante, des chaînes locales, et celle des chaînes chinoises, qataries et parfois russes. Nous procéderons à des délocalisations exceptionnelles de nos antennes et nous mènerons des campagnes publicitaires. La distribution est, à peu de choses près, à son état optimal dans ces zones. Mais, outre qu'il nous faut, je l'ai dit, ne pas rater le coche de la TNT, nous voulons ouvrir quelques stations FM supplémentaires – c'est imminent en Côte d'Ivoire – et, pour ce qui concerne RFI, lancer des émissions dans une nouvelle langue africaine de l'Afrique de l'Ouest ; nous réfléchissons au choix de cette langue. Nous comptons aussi sur la mobilité en pleine expansion en Afrique.

J'ai participé au « Tour du Maghreb » avec la caravane de France 24 qui a sillonné le Maroc, l'Algérie et la Tunisie. Un accord avec l'Algérie tend à la coproduction en direct, pour la première fois, d'une émission hebdomadaire d'analyse de l'actualité diffusée sur Monte Carlo Doualiya et sur Radio Algérie internationale. La première a eu lieu la semaine dernière. Le sujet « le terrorisme aux frontières de l'Algérie » – et les invités ont été choisis conjointement. France 24 sera délocalisée en Algérie pour couvrir la visite qu'y fera le Premier ministre en décembre. À cette occasion, je signerai un accord tendant à la coproduction par France 24 d'émissions qui seront également diffusées sur la chaîne algérienne ; c'est un grand pas en avant. Des accords identiques sont en préparation avec le Maroc et la Tunisie, et nous avons déjà signé un accord avec la radio tunisienne, qui reprend Monte Carlo Doualiya sur Radio Tataouine, et des accords relatifs à la formation.

Au Proche et au Moyen-Orient, des accords de reprise partielle de France 24 ont été signés au Liban. En Egypte, une coproduction va être lancée prochainement entre France 24 en langue arabe et une chaîne de télévision égyptienne ; nous avons également conclu un accord pour la réalisation d'une émission hebdomadaire coproduite par Radio Masr et Monte Carlo Doualiya, associant un rédacteur en chef égyptien et un rédacteur en chef de notre antenne. Vous l'aurez compris, nous avons beaucoup à faire dans les zones de consolidation.

Dans les zones de développement, il nous faudra faire progresser notre taux de notoriété et pour cela améliorer notre exposition et donc notre taux de couverture. Nous devons nous faire connaître mieux dans les pays du Golfe en multipliant les délocalisations d'antenne et en complétant notre offre par de nouvelles fréquences FM et par des diffusions partielles. Monte Carlo Doualiya vient de signer un accord en ce sens à Oman et des projets

similaires sont en cours avec les Emirats arabes unis. Cela vaut aussi pour l'Afrique non francophone ; nous devons avoir une vision panafricaine et, sur une zone où nous disposons de solides atouts – la présence de RFI, qui propose des émissions en kiswahili, et de France 24 en anglais –, nous devons pouvoir progresser. Sachant l'accord de l'État, nous avons déjà anticipé le COM en nous installant sur la TNT au Kenya et en Tanzanie.

En Europe, notre taux de couverture est excellent pour France 24 mais nous entendons aussi faire progresser notre notoriété. Nous prévoyons un « tour d'Europe » sur le modèle du tour du Maghreb précédemment évoqué ; à l'heure du numérique et du virtuel, la proximité physique nous semble une bonne piste. RFI, en Europe, se concentre sur la Roumanie : RFI Romania y est jugée remarquable, le Premier ministre roumain me l'a dit lui-même. Nous venons de signer un accord de coopération avec TV5 Monde, également présente en Roumanie grâce aux sous-titrages de ses programmes en roumain ; il prévoit des promotions croisées et des opérations conjointes dans ce pays.

La France aussi est pour nous une zone de développement. Cela peut paraître paradoxal, mais outre que notre élan à l'étranger suppose une solide reconnaissance de nos antennes à l'intérieur de nos frontières, nos concitoyens doivent s'ouvrir à l'information mondiale. Actuellement, nous ne sommes diffusés qu'en Île-de-France pour ce qui concerne RFI. Nous disposons d'une fréquence temporaire à Marseille pour RFI et Monte Carlo Doualiya ; France 24 est présente sur le câble et le satellite et l'ADSL ; mais ne l'est pas sur la TNT. Le COM prévoit l'élargissement de notre présence en France ; notre cahier des charges, modifié pour permettre cette évolution, est soumis à l'examen du Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA). Nous serions désespérés de devoir quitter Marseille le 31 janvier prochain, et les élus marseillais, tous bords confondus, se mobilisent à nos côtés pour qu'il n'en soit rien. Marseille compte d'importantes communautés à la fois francophones et arabophones, et aussi de fortes communautés françaises dont les origines sont en Afrique.

RFI et Monte Carlo Doualiya font un travail remarquable. Les radios laïques en langue arabe ne sont pas si nombreuses, et il n'existe pas d'autre chaîne de télévision non confessionnelle en langue arabe que France 24. Il est donc dommage que la diffusion de nos médias soit réservée à l'étranger ; il serait bon qu'ils soient davantage présents sur notre territoire. Une fréquence, au moins partielle, en Île-de-France devrait être attribuée à France 24, en langue française pour commencer ; les pouvoirs publics ont saisi le CSA à cette fin, pour faire jouer le droit de préemption de l'État. Nous espérons jouer de la sorte un rôle utile en France.

Dans les zones de conquête enfin, beaucoup reste à faire, et sous forte contrainte budgétaire, ce qui ne simplifie pas notre tâche, puisqu'il s'agit, par définition, des marchés les plus difficiles. Nous souhaitons améliorer notre distribution en Asie-Pacifique. Nous sommes sur la bonne voie en Inde, où nous avons signé un accord qui permet à France 24 en langue anglaise d'être présente dans un foyer sur quatre. Nous avons reçu un excellent accueil et nous avons été particulièrement touchés, je vous l'ai dit, par le soutien de nos amis indiens après l'assassinat de nos collègues au Mali.

Nous avons également développé l'offre de RFI en persan en rapprochant RFI et France 24 – selon la devise interne « puisque l'on ne fusionne plus les rédactions, si on travaillait ensemble ? ». L'émission participative *Les Observateurs*, maintenant déclinée en persan, rencontre un très vif succès : des Iraniens, en particulier, nous signalent, par SMS ou par vidéos, des informations que nous trions et que nous diffusons sur l'Internet.

Nous devons aussi développer notre visibilité en Amérique du Nord. Nous avons signé des accords conduisant au gain de deux millions de foyers supplémentaires cette année et diverses opérations sont prévues en 2014.

Étant donné la contrainte budgétaire, nous avons décidé de différer nos efforts de distribution et de marketing de France 24 en Amérique Latine : il nous semble peu rationnel de tenter de nous y renforcer alors que nous ne diffusons pas en langue espagnole. L'État souhaiterait que nous y soyons présents, car tous nos concurrents le sont. Nous savons que l'audiovisuel public extérieur français est attendu dans ces pays latins, nous n'ignorons pas cette attente et le projet COM indique que nous devons y travailler, mais le budget nécessaire au lancement d'une chaîne en espagnol diffusée 24 heures sur 24 s'élève à 18 millions d'euros. Nous avons proposé de commencer par une diffusion de 2 heures, mais la tutelle a jugé que si lancement il y a, la durée de diffusion doit être plus longue. Le projet est donc à l'étude et reporté à 2015.

RFI, en revanche, est très présente en Amérique Latine, où elle a conclu de très nombreux accords de reprise de ses programmes en espagnol et en portugais. Nous rentrons d'Haïti, où nous avons reçu un accueil exceptionnellement chaleureux. Parce qu'il nous manque le créole, nous projetons la création d'un studio-école destiné à former des journalistes et à diffuser les informations locales en créole aussi – mais pour cela, il nous faudra trouver des financements spécifiques.

Si la régie de diffusion de France 24 a basculé vers la haute définition, le projet de COM ne prévoit pas le budget nécessaire à la diffusion satellitaire en haute définition. Nous instituons donc un mécanisme d'alerte qui nous permettra d'analyser les risques d'éviction ; s'ils s'avèrent, la tutelle sera saisie et tranchera, soit en trouvant les budgets nécessaires, soit en renonçant en toute connaissance de cause.

Troisième volet du COM, l'essor des nouveaux médias qui imposait la refonte de nos sites, qui dataient. Le résultat a été spectaculaire : la rénovation du site de Monte Carlo Doualiya a eu un effet immédiat, le nombre de visites mensuelles passant de 200 000 à 400 000. Le nouveau site de France 24 sera lancé le 12 décembre ; doté d'une application de lecture horizontale adaptable spontanément à tous les supports numériques mobiles, il sera à la pointe de l'innovation. Nous allons aussi rénover les sites de RFI en français et en langues étrangères, qui sont pour nous un atout considérable. Ainsi, en délocalisant la rédaction Khmer, nous sommes passés de 1 heure à 3 heures de production propre par jour et à 13 heures de conduite d'antenne en langue khmère, et la diffusion de ces programmes sur l'Internet a eu un résultat foudroyant : le nombre de visiteurs mensuels du site en langue khmère est passé de moins de 200 000 à 800 000. Alors qu'il n'a été soumis qu'à une rénovation légère, le site en vietnamien attire depuis lors un million de visiteurs chaque mois. Nous voulons, de la même manière, mettre au goût du jour tous les sites en langue étrangère de RFI. Incidemment, notre site en mandarin nous vaut quelques soucis : à chaque fois que nous parvenons à contourner la censure nous nous faisons bloquer à nouveau. Notre travail éditorial, qui intéresse beaucoup la population chinoise, paraissant sans doute trop critique.

Bien entendu, je ne conclurai pas sans évoquer le très important volet social du projet de COM. L'harmonisation des statuts, dans un groupe constitué de médias différents dont les cultures respectives étaient radicalement diverses, est un gros chantier. Coexistaient dans le groupe, pour RFI et Monte Carlo Doualiya, l'ancienne convention collective de la communication et de la production audiovisuelle ainsi que l'ancien avenant audiovisuel à la convention collective nationale sur le travail des journalistes applicables au secteur de l'audiovisuel public et, pour France 24, la convention collective des chaînes thématiques du secteur privé.

Quand je suis arrivée, la fusion annoncée était, dans bien des domaines, dont le suivi budgétaire, plus virtuelle qu'enclenchée. Tout cela est rentré dans l'ordre. Surtout, nous avons réformé nos instances représentatives du personnel car nous ne pouvions faire

fonctionner le groupe correctement avec trois comités d'entreprise, trois CHSCT et trois organisations des délégués du personnel, qui auraient pu prendre des décisions contradictoires. Les résultats des élections professionnelles seront connus demain, et je fais confiance à la nouvelle équipe des élus avec laquelle nous travaillerons ; nous devons être à la fois très imaginatifs et très responsables. Certes, l'enveloppe budgétaire est serrée, mais la motivation est certaine.

Je me dois de souligner l'effort de l'État en faveur de France Medias Monde. Il n'est pas très important en volume, mais il n'est pas indifférent dans les temps actuels puisqu'il se traduit par une progression de la dotation publique de 3,4 millions d'euros entre 2013 et 2015, soit 1,4 % en glissement sur deux ans, à quoi s'ajoute 1 million d'euros de crédit d'impôt compétitivité emploi. Nous aurions certes eu l'usage de ressources supplémentaires, mais en ces temps de budgets contraints, nous avons ressenti cet accroissement de 4,4 millions d'euros sur deux ans comme un signe d'adhésion à notre stratégie. L'entreprise s'engage pour sa part à dégager 6,4 millions d'euros sur ses ressources propres sur la période. Deux millions d'euros proviendront de recettes publicitaires supplémentaires ; le reste tiendra aux gains de productivité, aux économies sur les frais généraux, à une meilleure planification des congés, toutes démarches qui devraient nous permettre de remplir nos missions en faisant plus et mieux en termes de contenus et de présence mondiale.

S'agissant des recettes propres, nous avons été très raisonnables, à la fois parce que les résultats ne nous satisfont pas complètement – mais comme nous ne gérons pas la recette publicitaire sur France 24, nous ne pouvons complètement décider la stratégie à ce sujet – et parce que j'ai mis un coup d'arrêt aux publi-reportages sur France 24. Je considère que la chaîne doit s'interdire ce procédé, les dommages induits par la perte de crédibilité qui en résultera à terme outrepassant de loin les avantages en termes de recettes. Une chaîne d'information dénommée « France 24 » ne peut tolérer non plus certains parrainages ; nous devons être très rigoureux. Mon homologue de BBC World Service m'a indiqué tirer un chiffre d'affaires important de la vente des programmes, y compris les programmes réalisés avec la BBC nationale, mais il m'a dit aussi que son chiffre d'affaires publicitaire est de 10 millions d'euros – le même ordre de grandeur, donc, que le nôtre. Si la « vieille dame » jouit du respect que l'on sait, ce n'est pas sans raison. Nos recettes publicitaires augmenteront certes de 2 millions d'euros d'ici 2015, mais cela se fera sans dérives. Je ne pense pas que cela dissuade les annonceurs d'investir en écrans publicitaires sur nos antennes.

En 2013, nous avons beaucoup travaillé : nous avons déménagé dans la sérénité, changé de nom et fusionné les instances représentatives du personnel. Nous avons aussi accru notre taux de pénétration, France 24 étant distribuée dans 40 millions de foyers supplémentaires soit plus de 250 millions de foyers au total. C'est l'augmentation la plus forte constatée depuis sa création. Les sites Internet de RFI, France 24 et Monte Carlo Doualiya ont atteint un nombre cumulé record de 25 millions de visites et nous avons 10 millions d'abonnés par le biais des réseaux sociaux. Chacun, en particulier les salariés, a donc donné le meilleur de lui-même.

Mme la présidente Élisabeth Guigou. Je vous remercie, madame la présidente, pour cette présentation précise qui montre toute la créativité des médias dont vous avez la charge et votre implication personnelle dans le projet du groupe.

Parce que je dois recevoir le président de la commission des affaires étrangères de l'Assemblée nationale de la République démocratique du Congo, je ne pourrai malheureusement assister au débat qui va suivre. J'en suis désolée.

Présidence de Mme Odile Saugues, vice-présidente de la Commission.

Mme Odile Saugues, présidente. J'ai apprécié, madame la présidente, votre plan d'action optimiste. Vous avez mis l'accent sur la laïcité dans l'expression des chaînes et je vous en félicite. France Medias Monde est l'une des voix de la France, et vous portez haut nos couleurs.

M. François Loncle. Vous l'avez rappelé, l'Assemblée nationale a tout naturellement partagé l'émotion de France Médias Monde après l'assassinat de deux journalistes travaillant pour RFI. Au Mali, où je me suis rendu au moment des élections législatives, j'ai interrogé le Président Keita et notre ambassadeur sur le déroulement de l'enquête. Les coupables, identifiés, sont malheureusement en fuite dans un territoire immense, mais la détermination des responsables maliens et français ne faiblit pas.

Je vous félicite vivement pour le remarquable travail que vous avez accompli depuis qu'il y a un an vous avez assumé la présidence d'un groupe pris dans la tempête ; cela ne peut que nous porter à accompagner votre feuille de route.

Quel est votre sentiment sur la fermeture annoncée de l'Agence internationale d'images de télévision (AITV), dont vous utilisez les images et dont France Télévisions envisage de se séparer ?

M. François Rochebloine, co-rapporteur pour avis sur les crédits de l'action audiovisuelle extérieure. Je salue une nouvelle fois la mémoire de Ghislaine Dupont et de Claude Verlon, tués au Mali, et j'ai une pensée pour les journalistes encore détenus dans le monde.

Je rends à mon tour hommage au travail que vous avez accompli depuis votre nomination à la tête de France Médias Monde, après avoir présidé TV5 avec la même efficacité, à la suite du regretté Serge Adda. Mon collègue M. Jean-Jacques Guillet et moi-même savons à quel point l'outil que vous avez trouvé à votre arrivée était d'un maniement malcommode. Nous avons aussi rencontré les représentants du personnel de RFI, et nous connaissions leur inquiétude. Je me réjouis donc de la sérénité retrouvée au sein de France Medias Monde et je vous félicite, vous et votre équipe, de l'impulsion que vous avez donnée au groupe.

Votre cahier des charges fixe pour objectif à votre société de contribuer au rayonnement de la francophonie. Pouvez-vous faire le point à ce sujet et nous dire comment cette contribution pourrait être renforcée dans les années à venir ? Je pense en particulier à l'apprentissage de la langue française, qui peut être favorisé par des applications disponibles sur l'Internet.

Le ministère des affaires étrangères, qui fait partie de votre tutelle, a-t-il été associé à la préparation de ce projet de contrat d'objectifs et de moyens ? Êtes-vous parvenus à une définition consensuelle de vos priorités, au plan géographique, quant à la présence de France Médias Monde dans le monde ? Comment, par la suite, le ministère des affaires étrangères sera-t-il associé à l'application et au suivi de votre stratégie ?

Enfin, pourquoi RFI devrait-elle cesser d'être diffusée à Marseille, comme vous semblez le craindre ?

M. Pouria Amirshahi. Nous apprécions beaucoup, madame, l'action que vous menez. Il y a une part de nous tous dans vos voix, vos reportages et vos émissions, et je soutiendrai sans réserve le projet de COM, qui porte l'empreinte de votre dynamisme et qui

dit la confiance retrouvée des équipes. Je souhaite seulement vous demander si vos antennes ne pourraient diffuser des programmes bilingues adaptés aux pays considérés – par exemple, en arabe et en français au Maghreb. Est-ce envisageable, à moyen terme, pour France 24 ? Des expérimentations de ce type contribueraient puissamment à consolider l'espace francophone, au lieu que l'on se résigne avec fatalisme à l'effacement progressif de la langue française dans le monde.

M. Jean-Jacques Guillet co-rapporteur pour avis sur les crédits de l'action audiovisuelle extérieure. Je vous félicite à mon tour, madame, pour la présentation du projet de COM, fait dans l'esprit de synthèse qui vous caractérise, et pour le formidable travail que vous avez accompli depuis un an. Ce contrat d'objectifs et de moyens est un événement : c'est le premier de son espèce, et c'est peu dire que nous l'attendions. Vous avez répondu par avance à plusieurs des questions que je souhaitais vous poser sur vos objectifs. J'aimerais cependant savoir ce qu'il en est du décrochage en bambara, dont il me semblait acquis, depuis le débat budgétaire, qu'il serait effectif en 2014. Vous semblez avoir changé d'avis ; qu'en est-il ?

Dans les zones de consolidation, pour Monte Carlo Doualiya en particulier, je comprends la nécessité de conserver la présence sur ondes moyennes, mais n'est-ce pas un obstacle à l'élargissement de votre diffusion au Moyen-Orient ? La consolidation de votre présence est particulièrement nécessaire en Egypte et au Soudan.

Ne pensez-vous pas que l'augmentation de vos recettes publicitaires est liée à celle de votre diffusion en France et en Europe ?

Sachant les messages que diffusent certains médias en langue arabe captés en France, il me paraît particulièrement utile que France 24 en langue arabe et Monte Carlo Doualiya véhiculent les valeurs de la République en langue arabe sur le territoire national. Qu'envisagez-vous à ce sujet ?

Enfin, où en êtes-vous, précisément, de l'harmonisation sociale des rédactions ? S'agira-t-il d'une harmonisation par le haut ou envisagez-vous de trouver un point d'équilibre ? Même si le climat social est manifestement apaisé, l'exercice est-il difficile ?

Mme Chantal Guittet. Il me paraît regrettable que les programmes de France 24 ne soient jamais sous-titrés ; ce serait pourtant fort utile à tous ceux qui veulent apprendre le français. Par ailleurs, France Médias Monde est-il implanté dans les pays russophones ?

M. Jacques Myard. Les programmes de BBC World Service sont inaudibles tant ils sont hachés par la publicité. Si le chiffre d'affaires publicitaire de cette antenne est le même que le vôtre, c'est que ses tarifs doivent être particulièrement bas !

Contrairement à mon collègue Jean-Jacques Guillet, je m'interroge sur la pertinence de la diffusion de programmes en langue arabe à Marseille. Les Français d'origine étrangère doivent être intégrés à la nation ; nous ne devons donc pas avoir pour objectif qu'ils écoutent les informations dans la langue de leurs pères. De plus, s'ils écoutent Al Jazeera ou d'autres chaînes émettant en arabe pour des raisons idéologiques, ils continueront de le faire. L'objectif devant être la maîtrise de la langue française, base du pacte républicain, je ne suis pas certain que la politique que vous préconisez sur ce plan soit la bonne.

Quelle est, par ailleurs, l'audience de France 24 ? Qu'en est-il de la réciprocité des échanges ? Pourquoi laissons-nous les Chinois diffuser en France alors qu'ils bloquent la diffusion d'antennes française sur leur sol ? Sachons parler fermement à des gens qui ne comprennent que la fermeté ! Cela vaut d'ailleurs aussi pour les États-Unis : il me semble

passablement exagéré de leur part d'inclure les chaînes francophones dans les langues dites « natives » !

Quel est enfin l'état des relations entre France 24 et TV5 Monde ? Ne pourrait-on envisager qu'au bas des émissions de TV5 Monde un bandeau défilant reprenne les informations politiques et d'actualité diffusées par RFI ?

Mme Marie-Christine Saragosse. Mme Elisabeth Guigou et M. Jacques Myard m'ont interrogée sur les relations entre France Medias Monde et TV5 Monde. Nous faisons des études d'audience et des émissions en commun, ainsi que des interviews conjointes – ainsi, à chaque fois que le Président de la République a accordé des entretiens, nous avons associé TV5 Monde –, et nous avons aussi des accords d'assistance technique, comme il y en a eu lors du sommet de la francophonie à Kinshasa en 2012. Nos relations sont donc très bonnes. Nous menons une réflexion sur la distribution, qui est selon moi l'enjeu le plus important. Il faut parvenir à une sorte de code de bonne conduite. Si, en un lieu, toute notre action ne servait qu'à remplacer TV5 Monde par France 24, nous aurions tout raté, car cela signifierait que la France aurait financé deux médias pour qu'ils se concurrencent entre eux. Le principe est que France 24 vient renforcer le dispositif et non se substituer à TV5 Monde. C'est d'autant plus nécessaire que France 24 est une chaîne d'information continue, aucunement une chaîne généraliste comme l'est TV5 Monde. Pourquoi les Français seraient-ils les seuls à n'avoir droit qu'à une seule chaîne dans leur langue dans un hôtel à l'étranger ou sur un réseau câblé ? Notre objectif est de renforcer l'offre française, qu'elle s'exprime en français, en anglais ou en arabe, avec une complémentarité linguistique éventuelle en certains lieux. Nous souhaitons aussi privilégier les promotions croisées. Plusieurs des langues de sous-titrage de TV5 sont aussi les langues des rédactions de RFI ; les deux chaînes pourraient s'unir en Amérique du Sud ou ailleurs, comme elles l'ont fait en Roumanie.

France 24 est diffusée dans 250 millions de foyers, et nous en sommes à 71 millions de reprises partielles. Les zones de présence de France 24 et TV5 sont assez complémentaires : TV5, qui fêtera ses trente ans dans quelques jours, est plus présente en Amérique latine, aux États-Unis, en Asie, en somme dans les zones de conquête de France 24.

Lorsqu'on sous-titre, comme le fait TV5 Monde en treize langues, le bas de l'écran est utilisé par le sous-titrage. Comment superposer un bandeau déroulant reprenant les informations de RFI ? L'idée peut être creusée mais, étant donné ses difficultés d'application prévisibles, il faudrait à tout le moins que les téléspectateurs puissent choisir cette option, non qu'elle leur soit imposée.

Si TV5 Monde sous-titre, madame Guittet, c'est que cette chaîne diffuse des films, des fictions et des documentaires. Le sous-titrage en direct coûte une fortune, car l'exercice est si difficile que nul sous-titre ne peut tenir plus de 2 minutes 30 d'affilée. Autant dire que pour sous-titrer tous les programmes de France 24 diffusés en direct, il faudrait une armée d'intervenants, et un budget inconcevable. On pourrait imaginer un bandeau déroulant en français pendant que sont diffusées des informations en anglais, mais cela n'a rien d'évident.

RFI jongle avec les langues sur un même signal, monsieur Amirshahi, mais à supposer que nous procédions de la même manière en télévision, nous serions les premiers, sans que je puisse déterminer si ce serait une bonne ou une mauvaise chose. Une expérimentation – quelques décrochages en arabe par exemple – pourrait avoir lieu sur la TNT en Île-de-France, mais je crains que les risques d'éviction ne soient plus forts que les bénéfices éventuels. France 24 émet en trois langues, et ceux qui la regardent ne les comprennent pas obligatoirement toutes. Faut-il mêler les langues ? Je n'en suis pas certaine et en général les téléspectateurs peuvent choisir leur version.

Nous ne sommes pas diffusés en Chine, mais TV5 Monde l'est : ce fut la contrepartie imposée par le CSA, à une époque où France 24 n'existait pas encore, à l'autorisation donnée à CCTV-4 de diffuser en France. En Chine, TV5 Monde figure sur la plateforme étrangère, dont l'accès est limité aux hôtels 4 et 5 étoiles et aux résidences étrangères, soit l'équivalent d'un million de foyers officiellement. RFI a du mal à pénétrer en Chine, tant sur les ondes courtes que sur l'Internet.

Vous avez exprimé l'idée, monsieur Myard, que parler une autre langue serait s'abstraire de la République. Mais nous ne pouvons nier que la France soit un pays où l'on parle l'arabe – et l'agrégation d'arabe n'y a-t-elle pas été créée il y a plus de cent ans ? Le français et l'arabe sont souvent parlés ensemble ; à Marseille, la fréquence Monte Carlo Doualiya, RFI est mixte – on y parle les deux langues, comme le font couramment les populations françaises d'origine arabophone. Je constate que des chaînes arabophones venues d'ailleurs sont diffusées sur tout le territoire, et que Monte Carlo Doualiya a une audience cumulée d'un peu moins de 8 millions d'auditeurs par semaine. Pourquoi empêcher cette chaîne de service public, adorée par les auditeurs qui la reçoivent grâce aux 27 émetteurs qui la diffusent dans 16 pays, d'être captée en France.

M. Jacques Myard. Ceux qui écoutent ces chaînes ne s'intéresseront pas à Monte Carlo Doualiya.

Mme Marie-Christine Saragosse. Je demande à voir. À Marseille, nous sommes en train de marquer des points importants. Faisons au moins l'expérimentation ! Nos études montrent que France 24 n'est jamais autant regardée que lorsque des événements majeurs se produisent soit dans le monde arabe, soit lorsque la France a à faire face à des épisodes tragiques, par exemple, l'affaire Mohamed Merah. C'est alors que la chaîne connaît des pics d'audience, c'est elle qui est regardée dans ces moments-là.

Par ailleurs, nous avons mis au point sur le site de Monte Carlo Doualiya une méthode d'apprentissage du français à l'intention des locuteurs arabophones.

M. François Loncle. Mieux vaut, à mon sens, que les téléspectateurs s'intéressent aux médias de France Médias Monde qu'à Al Jazeera.

Mme Marie-Christine Saragosse. RFI est aussi une radio tournée vers l'Europe : nous diffusons tous les jours l'émission *Accents d'Europe*, une fois par semaine *Carrefour de l'Europe*, et des émissions sont consacrées à l'Europe conjointement avec France 24. Mais RFI n'est pas diffusée à Strasbourg, si bien que les parlementaires européens, qui aiment beaucoup s'exprimer sur nos ondes, ne s'entendent pas ensuite... Elle ne l'est pas davantage à Lyon, ni nulle part ailleurs qu'en Île-de-France. RFI est pourtant une radio remarquable pour les citoyens, et il fait bon entendre les appels de ses auditeurs.

M. Rochebloine m'a interrogée sur la contribution de France Médias Monde à l'essor de la francophonie. Nous diffusons en français à l'intention de notre audience francophone : les 37 millions d'auditeurs de RFI, qui sont en grande majorité en Afrique francophone ; les 18 millions de téléspectateurs de France 24 en audience cumulée hebdomadaire en Afrique ; les auditeurs de France. Notre langue de diffusion dominante est évidemment le français. Il est important que l'Afrique continue de parler le français – et un francophone sur quatre vit dans le monde arabe, en particulier au Maghreb. Même si ce n'est pas le seul de nos objectifs, la francophonie est au cœur de nos préoccupations. Nous sommes en train de rénover entièrement le site d'apprentissage du français, en privilégiant le français « sur objectifs spécifiques », c'est-à-dire le français des métiers. Quand un Cambodgien, par exemple, décide d'investir dans l'apprentissage du français, cela lui coûte ; il faut donc que cela lui soit utile, et lui serve à trouver un débouché professionnel. C'est ce que nous disent

aussi bien les centres culturels à l'étranger que l'Alliance française, avec laquelle nous sommes en passe de signer un accord, ainsi qu'avec les lycées français à l'étranger. Enfin, RFI travaille beaucoup avec l'Organisation internationale de la francophonie.

Nous finançons aujourd'hui AITV à hauteur de 300 000 euros, que nous versons à France Télévisions en contrepartie de l'utilisation des images tournées par l'Agence. Si France Télévisions décide de fermer AITV, c'est, je suppose, que le groupe ne parvient pas à en couvrir les coûts. Je serais incapable de reprendre le personnel de l'Agence sans disposer des moyens supplémentaires qui me permettraient de le faire. Je suis désolée pour les équipes d'AITV, mais je n'ai aucune marge de manœuvre pour absorber cette activité : 300 000 euros ne suffiraient manifestement pas à l'embauche de 30 journalistes.

M. Rochebloine a évoqué les otages et salué le travail des journalistes. À la suite du terrible drame que nous avons connu, nous sommes convenus que notre vocation n'est pas d'être des héros ou des victimes, mais nous nous refusons à désertier les zones risquées – sinon, nous ne pourrions plus nous rendre dans aucun des lieux où un média d'informations international doit aller. Avec plus de 1 000 journalistes et un réseau de 400 correspondants, nous sommes le plus exposé de tous les médias français. Nous avons donc défini un plan de formation et décidé d'intensifier le rythme des stages relatifs aux risques, mais les changements sont continus. Sachez qu'à la BBC, une équipe de 15 personnes est occupée en permanence à la cartographie des crises et à l'analyse des risques pour les correspondants et les reporters. Je salue le travail du centre de crise du ministère des affaires étrangères et de l'ambassade de France au Mali, qui nous ont accompagnés dans l'épreuve. Il reste que la décision – y aller, ou pas ? – est difficile à prendre. Les choses empirent : il y a 30 ans, le journaliste était protégé par sa fonction ; aujourd'hui, il est presque devenu une cible. Les temps ont changé et nous devons nous y adapter.

Le ministère des affaires étrangères a bien sûr participé à l'élaboration du COM ; ses représentants ont assisté aux quinze réunions qui y ont été consacrées. Nous tiendrons à présent des réunions « géographisées », précisément par exemple pour choisir la langue d'Afrique de l'Ouest qui sera diffusée sur l'antenne de RFI. Un ensemble de paramètres doivent être pris en compte : le nombre de pays dans lesquels une langue donnée est parlée, mais aussi l'équilibre, dans un pays en voie de réconciliation, entre les langues parlées au Sud et au Nord. Parce que, vues de loin, certaines subtilités nous échappent, ces discussions ont lieu aussi avec l'Institut national des langues et civilisations orientales. Sur le terrain, ambassadeurs, attachés audiovisuels et conseillers culturels accomplissent un formidable travail, que je salue.

Une grande partie de notre audience continue d'être sur ondes moyennes, monsieur Guillet, et comme le coût de ce support est compensé par une location, arrêterions-nous demain que nous ne ferions aucune économie, tout en enregistrant une perte nette de diffusion. Au Soudan, la radio est présente au Sud, et la réouverture à Khartoum, au Nord, est en bonne voie.

Oui, diffuser davantage en Europe peut nous permettre d'augmenter nos recettes publicitaires. En revanche, le service public de l'audiovisuel extérieur ne serait pas dans son rôle en faisant concurrence aux chaînes privées en France sur ce plan. Nos missions de service public nous conduisent à apporter des informations différentes ; nous ne sommes pas en guerre avec les autres chaînes d'information françaises.

J'ai noté que M. Jacques Myard est en désaccord avec l'implantation permanente de Monte Carlo Doualiya à Marseille... mais j'aimerais bien l'installer en Île-de-France aussi, pour y diffuser les valeurs universalistes en arabe.

J'en viens, pour conclure, à l'harmonisation sociale. Nous avons un budget, que nous avons annoncé aux partenaires sociaux et nous devons entrer dans cette épure. Les négociations n'ont pas encore commencé, parce qu'il nous fallait d'abord fusionner les instances représentatives du personnel. Maintenant, c'est fait ; un plan de négociation est arrêté, et nous savons dans quelle enveloppe nous devons tenir. Nous devons faire preuve d'imagination et d'équité ; nous avons d'ailleurs commencé de résorber certaines iniquités trop frappantes entre les rédactions.

Mme Odile Saugues, présidente. Madame, je vous remercie pour ces réponses précises.

*

Avis de la commission sur le projet de contrat d'objectifs et de moyens de France Médias Monde

La commission donne un avis favorable au projet de contrat d'objectifs et de moyens de Campus France.

La séance est levée à dix-neuf heures.

Membres présents ou excusés

Commission des affaires étrangères

Réunion du mardi 3 décembre 2013 à 17 h 30

Présents. - M. Pouria Amirshahi, M. Philippe Baumel, M. Guy-Michel Chauveau, M. Jean-Paul Dupré, M. Hervé Gaymard, M. Jean Glavany, Mme Élisabeth Guigou, M. Jean-Jacques Guillet, Mme Chantal Guittet, M. François Loncle, M. Jean-Philippe Malle, M. Jean-René Marsac, M. François Rochebloine, Mme Odile Saugues

Excusés. - M. Avi Assouly, Mme Danielle Auroi, M. Jean-Paul Bacquet, M. Christian Bataille, M. Gérard Charasse, M. Michel Destot, M. Jean-Pierre Dufau, M. Lionnel Luca, M. Thierry Mariani, M. Jean-Claude Mignon, M. Jean-Luc Reitzer, M. Guy Teissier