

A S S E M B L É E      N A T I O N A L E

X V <sup>e</sup>      L É G I S L A T U R E

# Compte rendu

## Commission des affaires culturelles et de l'éducation

– Audition de Mme Marie-Christine Saragosse, présidente-directrice générale de France Médias Monde, sur l'exécution du contrat d'objectifs et de moyens de la société en 2019.....	2
– Information relative à la commission.....	13
– Présences en réunion.....	14

Mercredi  
1<sup>er</sup> juillet 2020  
Séance de 9 heures 35

Compte rendu n° 46

SESSION EXTRAORDINAIRE DE 2019-2020

**Présidence de  
M. Bruno Studer,  
Président**

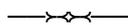


## COMMISSION DES AFFAIRES CULTURELLES ET DE L'ÉDUCATION

**Mercredi 1<sup>er</sup> juillet 2020**

*La séance est ouverte à neuf heures trente-cinq.*

*(Présidence M. Bruno Studer, président)*



*La Commission procède à l'audition de Mme Marie-Christine Saragosse, présidente-directrice générale de France Médias Monde, sur l'exécution du contrat d'objectifs et de moyens de la société en 2019).*

**M. le président Bruno Studer.** Nous sommes très heureux de vous retrouver pour échanger avec vous sur le bilan d'exécution du contrat d'objectifs et de moyens (COM) de la société en 2019 et sur l'actualité de la société et ses perspectives.

En 2019, France Médias Monde est parvenu à respecter sa trajectoire sans que les audiences s'en ressentent, en optimisant notamment la distribution. Pourriez-vous nous en dire davantage sur cet enjeu fondamental ?

Par ailleurs, la crise sanitaire actuelle compromet-elle vos efforts budgétaires ? Le cas échéant, à quelle hauteur ? La trajectoire budgétaire jusqu'en 2022 doit-elle être revue en conséquence ?

Enfin, pourriez-vous détailler la façon dont vous participez aujourd'hui à l'offre commune du service public, notamment sur Franceinfo et sur Lumni ?

**Mme Marie-Christine Saragosse, présidente-directrice générale de France Médias Monde.** J'effectuerai au préalable un point sur cette crise sanitaire, qui a conforté l'importance de disposer d'un outil audiovisuel mondial, remplissant des missions de service public. Je tiens à saluer l'ensemble du secteur audiovisuel, qui a tenu un rôle important auprès des Français. En raison de son caractère mondial, la société a très tôt pris conscience de la crise. Les premières communications internes ont été diffusées le 3 février. Dès le 20 février, les quatorzaines ont démarré. Une cellule de crise a été activée autour du médecin du travail. Dès le 9 mars, nous avons demandé aux personnes vulnérables de rester chez elles.

Nous ne nous sommes néanmoins jamais arrêtés, en ne cessant de nous adapter, avec beaucoup de résilience et de créativité. Nous sommes immédiatement passés en plan de continuité d'activité et avons déployé massivement le télétravail, y compris pour les fonctions dites « broadcast ». Au plus fort de la crise, 15 % des effectifs étaient présents sur site, essentiellement des journalistes, des techniciens et quelques prestataires. Nous avons appliqué des conditions de sécurité maximales.

Depuis le 11 mai, nous avons initié un retour progressif à la normale, par étape, de manière prudente et réversible. Actuellement, 40 % des effectifs sont présents sur site, ce qui permet à la quasi-totalité des personnels de revenir au moins une fois par semaine. Les plateaux ont été rouverts aux invités. Après une phase 2 du plan correspondant à la période estivale, nous entamerons une phase 3 en septembre. Nous avons lancé une grande enquête sur le télétravail et le travail pendant cette période, pour en tirer des leçons. Devrait s'ensuivre une révision de l'accord relatif au télétravail actuel.

Pendant cette crise, l'offre a été centrée sur l'information. Nous avons beaucoup lutté contre les fausses informations. Nous avons réalisé beaucoup de prévention, dans les langues africaines notamment. Nous nous sommes mobilisés pour les Français de l'étranger. Nous avons favorisé l'interactivité, pour rompre l'isolement. Nous avons apporté un soutien pédagogique, avec l'école à la radio, notamment pour les populations africaines. Nous avons aussi montré les coulisses de notre organisation. Cette proximité a créé de la confiance. Nous n'avons jamais lâché sur nos valeurs et nos fondamentaux, notamment l'égalité entre les femmes et les hommes. Le nombre de femmes politiques et expertes présentes à l'antenne a continué à être mesuré. Nous nous sommes mobilisés pour la Journée nationale des mémoires de la traite, de l'esclavage et de leur abolition, en partenariat avec la Fondation pour la mémoire de l'esclavage. Nous avons parlé culture, économie, développement durable et Europe.

Les audiences numériques ont triplé pendant cette période : 214 millions de visites en mars et avril ; plus d'un demi-milliard de vidéos vus. 50 % de l'augmentation a été conservée après le confinement. La crise a été gérée de manière responsable en termes budgétaires, sans recours au chômage partiel. La société a également été attentive aux effets sur les collaborateurs non permanents, en créant un revenu solidaire, notamment pour les correspondants à l'étranger. Nous avons enregistré des pertes de recettes publicitaires et des surcoûts de prévention sanitaire, que nous compenserons par des économies. Nous nous sommes engagés auprès de la tutelle à ne pas peser sur le budget de l'État, eu égard au fait que nous sommes financés majoritairement sur fonds publics. S'il est encore trop tôt pour le savoir avec certitude, nous pensons que nous pourrions maintenir notre trajectoire budgétaire à l'horizon 2022, avec des ajustements entre 2020 et 2021. Nous nous en sortirons, si notre dotation de redevance respecte la trajectoire prévue.

La distanciation physique nous a, à certains égards, rapprochés. Une réunion en visioconférence s'est tenue tous les mardis avec les élus, ce qui a permis d'éviter les non-dits et de travailler ensemble. Nous avons maintenu en permanence nos liens avec les ministères de tutelle et les représentants de l'Assemblée nationale et du Sénat. Notre conseil d'administration a été très actif. Ces pratiques doivent nous inspirer pour la suite.

S'agissant du COM, l'année 2019 a été très bonne. Nous avons enregistré des résultats d'audience record. En résultat hebdomadaire, nous avons atteint 207 millions de contacts hebdomadaires mesurés, en hausse de près de 18 % par rapport à 2018. Le linéaire a affiché une croissance de 10,5 % et le numérique de 38 %. Twitter, Facebook et Instagram comptaient 76 millions d'abonnés fin 2019 ; ils sont à présent près de 79 millions.

Ces résultats sont le fruit d'un travail et d'une stratégie mûrie. L'information experte et de qualité constitue notre bien suprême. Cette qualité est récompensée à travers notamment le prix Bayeux Calvados-Normandie des correspondants de guerre et le *One World Media Awards*. De nombreuses émissions sont consacrées à la lutte contre les « infox ». Nous renforçons également l'éducation aux médias. En 2019, 1 700 élèves ont pu échanger avec nos journalistes, en France et dans le monde. Nous recevons des enseignants, même si les financements manquent pour en accueillir davantage.

Nous nous sommes investis aux côtés des autres entreprises du service public dans Lumni. RFI Savoirs est monté en puissance. Nous avons renforcé les langues africaines, en créant des pôles à Dakar avec le mandingue et le peul, à Laos avec l'haoussa et à Nairobi avec le swahili. L'Agence française de développement (AFD) et notre conseil d'administration viennent de valider le projet Afri'Kibaaru, réalisé avec Canal France International (CFI). Celui-ci permettra de monter en puissance sur les langues africaines. Il s'échelonnera sur trois

ans et demi, avec des formations gérées par CFI, des transferts de compétences, du contenu et des valeurs telles que le développement durable, l'égalité entre les femmes et les hommes et l'éducation des filles.

Le passage de France 24 espagnol à 12 heures a été acté en décembre 2019. Avec la crise pandémique, nous sommes d'ailleurs passés à 16 heures pour répondre aux questions des auditeurs latinos. Les audiences sur le site RFI France 24 espagnol ont plus que doublé pendant cette période. En 2019, en Argentine, en Colombie et au Mexique, l'audience a progressé de 38 % par rapport à 2018. Deux contrats de diffusion importants sont en cours de négociation en Amérique latine. Pendant la crise, la chaîne a marqué sa différence, par sa crédibilité et la valeur de son information.

Nous sommes en outre très mobilisés sur le français. Nous avons dû retarder la refonte du site RFI Savoirs mais nous y travaillons. Nous collaborons beaucoup avec l'Organisation internationale de la francophonie (OIF), dont le sommet a été reporté à 2021.

La transformation numérique nous a beaucoup occupés, à travers des contenus innovants, le décloisonnement entre la diffusion linéaire et le numérique, la stratégie data, la formation et l'hyperdistribution maîtrisée. 1,5 milliard de vidéos et de sons ont été vus en 2019. Les langues étrangères représentaient 50 % en 2019 et leur part croîtra encore en 2020.

Nous avons développé notre présence à l'international. France 24 a comptabilisé 440 millions de foyers distribués en 24 heures et 3 millions de chambres d'hôtel en 2019. Le groupe comptait 180 stations FM et 1 700 radios partenaires. Nous avons enregistré quelques belles signatures, telles que la TNT au Rwanda ou 23 nouveaux câblo-opérateurs en Inde pour France 24 en anglais. Nous nous sommes également développés en France, avec RFI en DAB+ à Marseille et prochainement à Bordeaux et Toulouse.

En revanche, des contraintes budgétaires nous ont imposé de sortir des États-Unis et de Scandinavie. Nous avons arrêté la diffusion en TNT en outremer mais nous demeurons dans les offres câble satellite et sur Franceinfo. Nous avons stoppé la diffusion aux Émirats arabes unis et avons fermé le site de Chypre en ondes moyennes.

Pendant la crise, cinq opérateurs, représentant 110 millions de foyers, ont diffusés gratuitement France 24 aux États-Unis, au Canada, en Australie et en Roumanie.

Les coopérations au niveau national se sont développées avec Franceinfo, Culture Prime et Lumni. France Télévisions a par ailleurs décidé d'ouvrir sa fondation pour en faire la fondation Engagement médias pour les jeunes, avec TV5 Monde et nous-mêmes ; nous avons retenu les premiers projets autour de la langue et de la maîtrise de la langue pour des jeunes défavorisés, en situation de handicap ou hospitalisés. Nous mutualisons également les bonnes pratiques, par des achats groupés notamment. Enfin, le socle franco-allemand n'a jamais été aussi fort, avec la Deutsche Welle.

En 2019, le résultat opérationnel s'est établi à 2,6 millions d'euros, bien que la dotation ait diminué de 1,6 million par rapport à 2018 et de 6,9 millions par rapport au COM. Ces efforts ont été réalisés pour provisionner le plan de départs volontaires. 16 millions d'euros d'économies doivent être trouvés entre 2018 et 2022 ; 8 millions l'ont déjà été. Ce plan de départs volontaires, très ciblé et incitatif, a été provisionné intégralement dans l'exécution 2019. Il porte sur des synergies en matière éditoriale pour l'arabe et l'anglais et dans une moindre mesure le portugais. Nous entamons les négociations avec les représentants du

personnel. Nous poursuivons en outre nos efforts sur le réseau de distribution. Tous les contrats sont renégociés. Nous avons demandé, dans le cadre de ce plan, à sortir de la TNT en Île-de-France mais l'État n'a pas encore apporté de réponse. Le plan de départs volontaires permet de préserver les équilibres financiers à l'horizon 2022. Nous devons, en parallèle, aller de l'avant, en recherchant des financements pour nos nouveaux projets avec l'AFD, l'Union européenne ou des fondations.

Nous avons joué notre rôle dans cette crise sans précédent. Les équipes ont été à la hauteur et ont fait honneur à la démocratie.

L'enjeu d'un financement autonome, marquant notre statut de chaînes indépendantes, est important, à l'aune de la disparition de la taxe d'habitation en 2022. J'appelle la représentation nationale à être attentive à ce point.

**Mme Florence Provendier.** Je tiens à saluer le travail remarquable que vous avez effectué en cette période de crise sanitaire. Le rapport d'exécution du COM montre que vous réussissez à honorer vos engagements grâce à votre vision, celle d'un groupe de médias au positionnement mondial, promoteur de la francophonie et tourné vers l'avenir. France Médias Monde a pris le tournant du digital, tout en veillant au déploiement d'une offre linéaire. Cette stratégie de diversification est indispensable pour assurer vos missions.

Je tiens à saluer les moyens que vous mettez en œuvre pour réinventer sans cesse votre modèle, augmenter vos ressources tout en maîtrisant vos dépenses, dans le respect des valeurs fondamentales. Pourriez-vous nous indiquer la façon dont vous envisagez de continuer à renouveler France Médias Monde, dans un univers qui impose des adaptations constantes ?

**Mme Frédérique Meunier.** Nous sommes ravis de vous accueillir, pour la quatrième fois. En 2017, vous nous aviez exposé un projet de radio d'information pour les migrants. Pourriez-vous évoquer son évolution ? Par ailleurs, la loi sur les « fake news » a-t-elle eu un impact sur votre distribution de l'information ? Quel est l'état du projet de plateforme de regroupement des radios ? Enfin, avez-vous le sentiment que votre société est maître de son destin ?

**Mme Géraldine Bannier.** Comment gérez-vous les informations parfois divergentes, en provenant de divers experts scientifiques mondiaux, en cette période de crise pandémique ?

**Mme Josette Manin.** France Médias Monde constitue un outil important pour le rayonnement de la France à l'étranger. La période de confinement a démontré à quel point certaines chaînes, qui devaient fermer, possèdent une utilité publique indéniable et un potentiel important. Quels ont été les impacts du confinement sur la qualité de vos programmes, vos missions ainsi que vos capacités en termes de ressources humaines ?

Par ailleurs, pensez-vous qu'un jour, le créole des Antilles françaises sera parlé sur vos antennes ?

**M. Bertrand Pancher.** Je suis toujours frappé par l'importance de l'audience de France Médias Monde et par le peu de prise de conscience du rôle de ces médias dans notre pays. Pour développer le rayonnement culturel de notre pays et contribuer à soutenir les valeurs universelles de notre démocratie, nous devons passer par le développement de médias de ce type. Nous avons besoin d'un soutien populaire, notamment dans notre territoire. Comment envisagez-vous le développement de cette prise de conscience nationale ?

Nous avons également besoin de moyens. Je m'étonne qu'à deux ans et demi de la suppression de la taxe d'habitation, vous ne disposiez pas de davantage d'informations sur les contreparties. Vous cherchez des moyens complémentaires mais ne me réjouissez pas que vous sollicitiez l'AFD, dont le rôle est l'aide direct au développement. Quels autres types de développement financier, plus pérennes, envisagez-vous ?

**Mme Delphine Bagarry.** Même si votre audition porte sur l'exécution du COM 2019, la période exceptionnelle que nous venons de traverser nous amène à aborder l'année en cours. Notre groupe est persuadé de la nécessité d'un média pluraliste et ouvert, tourné vers l'information et non vers l'opinion. Notre question porte sur l'exécution de ce COM durant la période exceptionnelle du Covid-19 et sur la façon dont vous avez mis en œuvre votre socle de valeurs et vos engagements éditoriaux.

**Mme Elsa Faucillon.** Vous avez expliqué que les équipes avaient beaucoup travaillé pendant cette période et qu'une réhumanisation dans le travail s'était produite. Il importe de le noter, dans une période de crise, après beaucoup d'efforts et de sacrifices des équipes en place. Vous ne souhaitez pas demander davantage de subventions publiques, alors qu'elles ont drastiquement baissé. Les charges de personnel s'inscrivent en baisse de 2,2 millions d'euros en 2019. Le rapport indique que « *cette évolution très favorable traduit les importants efforts de productivité réalisés dans l'entreprise depuis 2018* ». Je suis toujours étonnée que cette réduction d'effectifs soit un objectif en soi, jugé favorable en soi. Celui-ci doit être comparé à d'autres objectifs, tels que la qualité. Il est beaucoup question d'efforts. Jusqu'où est-il possible d'aller ?

**M. le président Bruno Studer.** Vous n'avez pas évoqué les collaborateurs détenus ou en difficulté dans certains pays...

**Mme Marie-Christine Saragosse.** Nous entendons réinventer sans cesse notre modèle tout en restant nous-mêmes. Nous inventons en permanence des contenus et des formats. Par exemple, pendant le confinement, l'une de nos émissions s'est transformée en salle de classe. Cette piste mérite d'être creusée. En outre, montrer les coulisses a permis de casser la distance théorique. Cette proximité et cette humilité ont également crédibilisé notre façon de délivrer l'information. Certains investissements techniques ont été décalés mais ils sont permanents. Le projet Afri'Kibaaru permettra de transférer en Afrique des équipements de pointe. La période a en outre permis de décloisonner le *broadcast* et le numérique puisque nous avons réalisé du *broadcast* en numérique. En ce qui concerne la distribution, la diffusion directe sur internet (OTT) augmente. Nous suivons de près la 5G. Notre direction technique est à la pointe de toutes les innovations et notre direction de la distribution intègre ces évolutions pour trouver des solutions de substitution. Pour toutes ces raisons, nous avons réussi à atteindre 4 millions de foyers supplémentaires, alors que notre dotation baissait. Nous nous réinventons en permanence, pour défendre nos valeurs.

Infomigrants.net est un site numérique d'information et de veille sur les réseaux sociaux. En 2016, 76 millions de visites ont été comptabilisées. Beaucoup de prévention a été réalisée par ce biais durant la crise, dans toutes les langues du site. Infomigrants est toutefois financé par la Commission européenne ; un nouveau budget doit être voté en 2021, pour sept ans. Sans ce financement, sa pérennité serait menacée.

France 24 en espagnol fonctionne en partenariat avec RFI. En termes de langue, le bloc espagnol commence à peser sur la scène internationale, avec plus de 10 millions d'audiences hebdomadaires.

Notre bureau de Dakar a été inauguré en octobre 2019 et montera en puissance avec le projet Afri’Kibaaru. Le personnel des rédactions est entièrement africain. Reste que les recrutements sont difficiles actuellement. Un léger retard sera peut-être observé mais Dakar a vocation à être à la pointe de la modernité.

France Médias Monde est maître de son destin, autant que les contraintes le permettent. À cœur vaillant, rien d’impossible. La hausse constante du public mondial en témoigne.

En ce qui concerne les experts scientifiques, le médecin du travail de France Médias Monde a été notre référence en coulisse. Les papiers écrits par nos journalistes, avec son appui, ont été remarquables. Une dimension culturelle entre néanmoins en jeu. Nous ne nous plaçons pas en donneurs de leçons. Nous donnons la parole à plusieurs experts et essayons d’éclairer le débat, sans pour autant traiter avec mépris les médecines traditionnelles.

Le créole haïtien est parlé à France Médias Monde. Au-delà de la langue, il m’est parfois demandé de parler davantage des outre-mers. RFI y travaille beaucoup. France 24 réfléchit également à cette thématique, afin qu’elle soit plus visible, d’ici septembre je l’espère. Ce ne sera probablement pas en créole mais en français, en espagnol voire en anglais.

Quant au manque de connaissance de France Médias Monde en France, il me semble qu’un phénomène s’est produit pendant le confinement. RFI, en Île-de-France, a aussi cumulé une durée de 118 minutes d’écoute par jour, c’est-à-dire l’équivalent de France Inter.

Au sujet du projet Afri’Kibaaru, l’AFD s’est vu confier une nouvelle mission sur le terrain de l’audiovisuel et de la culture, associée à des fonds supplémentaires. Par ailleurs, la Deutsche Welle ou la BBC possèdent dans leur mission l’aide publique au développement, financée par l’équivalent de l’AFD. Enfin, l’Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) et l’Organisation des Nations unies (ONU) reconnaissent l’existence d’une information libre et indépendante comme un facteur nécessaire et le premier pas vers le développement durable. Les langues africaines constituent un axe stratégique de notre groupe depuis longtemps. Ce projet permet de le conforter, en y ajoutant le partage de compétences et le développement de médias locaux.

En ce qui concerne nos engagements éditoriaux, il s’agit avant tout d’une information indépendante, honnête, plurielle et vérifiée mais également des valeurs sous-tendant nos programmes – en particulier, la lutte contre les stéréotypes et l’égalité. La culture est une signature internationale de nos médias. Le développement durable est également très important. Compte tenu de nos zones de prédilection – l’Afrique et le monde arabe –, des transferts de compétences sont nécessaires, auxquels nous contribuons, souvent en coopération avec d’autres pays. Enfin, nous sommes les chaînes françaises qui couvrent le plus les sujets européens. Nous continuerons à le faire avec d’autres partenaires européens, pour les jeunes notamment, afin qu’ils mesurent la chance de vivre dans une zone démocratique, qui peut encore rêver pour l’avenir et pour eux. En France, outre l’émission *Pas 2 Quartier*, nous proposons *Légendes urbaines*, émission sur le rap, qui est fondamental pour les jeunes. Des antidotes à bien des maux de notre société se trouvent dans les banlieues, qui devraient être davantage incluses dans les réflexions.

Il est vrai que France Médias Monde n’a pas été épargnée. La trajectoire est à la baisse, compte tenu des efforts d’économies. Mais le budget de l’État a été fortement mobilisé pendant la crise. Alors que les fonds publics représentent plus de 90 % du financement de

France Médias Monde, nous avons décidé de ne pas activer le chômage partiel. En revanche, nous avons mis en place un revenu de solidarité à l'égard des non-permanents. Il se trouve que les correspondants ont finalement beaucoup travaillé.

En l'absence de visibilité sur l'évolution de la redevance et compte tenu de la trajectoire telle que définie jusqu'en 2022, je me refuse à demander des choses impossibles mais je veux me battre pour que tout ne s'arrête pas en 2023. Je n'apprécie pas d'organiser un plan de départs volontaires mais je n'ai pas le choix. J'essaie d'être solidaire du budget de l'État, selon une trajectoire actée en décembre 2019, et d'agir avec responsabilité et humanité, en entretenant un vrai dialogue social.

En ce qui concerne la sécurité des correspondants, nous n'avons pas connu de problème particulier en 2019. J'en profite pour saluer le centre de crise du Quai d'Orsay, avec lequel nous travaillons main dans la main.

**Mme Béatrice Piron.** Les audiences numériques de votre groupe ont largement dépassé les objectifs du COM, grâce à plusieurs stratégies, telles que l'hyperdistribution raisonnée. Les recettes numériques ont également progressé. Cette augmentation peut-elle être mise en regard des pertes de recettes publicitaires, en lien notamment avec la crise sanitaire ? En outre, pouvez-vous nous en dire davantage sur la veille de la société concernant les évolutions technologiques, notamment le développement de nouveaux outils facilitant le travail des journalistes ?

**Mme Marie-Christine Saragosse.** Les objectifs de recettes publicitaires sont maintenus sur le numérique mais ils diminuent sur le *broadcast*, entre 30 et 40 %.

Par ailleurs, nous pensons que l'intelligence artificielle bien maîtrisée peut nous aider à démultiplier les contenus en termes de traduction.

**Mme Emmanuelle Antoine.** Dans vos déclarations liminaires, vous avez indiqué que le numérique vous occupait toujours. France Médias Monde possède-t-il une stratégie ambitieuse d'adaptation aux nouveaux usages, passant notamment par une offre de podcasts et la télévision de rattrapage, sur le même modèle que France Télévisions ou Radio France ?

**Mme Marie-Christine Saragosse.** Les offres de rattrapage font sens pour des programmes patrimoniaux. L'information, quant à elle, se regarde et s'écoute en direct, peu importe le support. Nous possédons des sites délinéarisés, nous rencontrons un grand succès sur les réseaux sociaux car l'offre numérique que nous y développons correspond à notre format. Nous réalisons néanmoins des podcasts et nous travaillons avec Radio France et TV5 sur leurs offres respectives. Reste que l'offre sur des plateformes délinéarisées est destinée aux chaînes généralistes et non aux chaînes d'information. Nous avons engagé la conversion numérique depuis longtemps, avec l'hyperdistribution, le décloisonnement *broadcast*/numérique, les datas, etc.

**Mme Sophie Mette.** Quelles sont vos craintes concernant le budget de France Médias Monde pour le prochain projet de loi de finances (PLF), au regard des conséquences économiques de la crise sanitaire ? Quelle serait la limite à ne pas dépasser pour que vous puissiez continuer à remplir vos missions ? Que représentent concrètement votre installation à Nairobi et vos projets en Amérique du Sud ?

**Mme Marie-Christine Saragosse.** Une trajectoire a été actée, retirant 3,5 millions d'euros de redevance entre 2018 et 2022. Si elle est maintenue, les budgets pourront être tenus. *A contrario*, si des exonérations de redevance amenaient à une diminution de l'enveloppe en 2021, nous serions en très mauvaise posture. Il faudra en outre restaurer la redevance au terme de la taxe d'habitation, compte tenu de l'importance de disposer d'une recette affectée pour préserver notre indépendance.

À Nairobi, une douzaine de personnes sont présentes. Les programmes en swahili rencontrent un grand succès dans le Kivu et des correspondants sont présents dans toute la zone. Au Pérou et au Brésil, des accords de distribution de France 24 en espagnol sont en voie de conclusion.

**M. le président Bruno Studer.** Je réaffirme ici mon engagement en faveur du maintien d'une ressource autonome pour l'audiovisuel public !

**Mme Marie-George Buffet.** Ma question porte sur RFI. Le rapprochement avec France 24 a été difficile au début. Qu'en est-il aujourd'hui ? L'ensemble des rédactions en langues étrangères ont-elles été maintenues ? Les salariés sont-ils désormais à l'aise dans la polyvalence des métiers ?

**Mme Marie-Christine Saragosse.** Les langues étrangères ont augmenté, grâce au lancement de nouvelles rédactions de RFI. L'espagnol est monté en puissance. Les rédactions de langues de RFI rencontrent un grand succès sur le numérique. Les salariés se sont adaptés à la polyvalence et au numérique. Il me semble enfin que la multiplication des rencontres accroît l'affection et le respect entre les journalistes de France 24 et RFI.

**M. Stéphane Claireaux.** France 24 possède un projet de diffusion d'une capsule hebdomadaire de 12 à 15 minutes dédiées aux outre-mers. Je suis convaincu de l'intérêt de la démarche. Les premières maquettes d'émissions ne semblaient toutefois pas satisfaisantes. Avez-vous trouvé le bon format ?

**Mme Marie-Christine Saragosse.** Les maquettes ne sont pas achevées ; la pandémie nous a retardés. Le lancement est envisagé en septembre. J'invite les députés d'outre-mer à en discuter avec nous s'ils le souhaitent.

**Mme Valérie Bazin-Malgras.** Dans ce contexte budgétaire contraint, pouvez-vous envisager un rapprochement des rédactions radio et télé, comme envisagé entre France 3 et France Bleu ?

**Mme Marie-Christine Saragosse.** Les formats sont importants. France Bleu et France 3 possèdent un positionnement éditorial commun car elles sont locales. Chez France Médias Monde, des rapprochements sont opérés mais les formats sont différents. France 24 est une chaîne d'information continue, très réactive, contrairement à RFI. L'organisation est également différente. Il ne faut pas fantasmer sur de fausses synergies.

**Mme Céline Calvez.** Le COM vous donne comme objectif de poursuivre les coopérations et les synergies avec les autres groupes d'audiovisuel public. Pourriez-vous compléter le bilan des synergies pour 2019 ? Quels sont les reculs que vous avez observés dans ces partenariats avec la crise sanitaire ? Quels partenariats souhaitez-vous accentuer ou initier ?

**Mme Marie-Christine Saragosse.** Les partenariats se sont renforcés avec la crise. Nous avons géré des problématiques communes et nous sommes coordonnés, pour rechercher

des masques par exemple. Nous avons ressenti une réelle solidarité. En termes éditoriaux, nous avons surtout cherché à assurer nos propres grilles mais certains partenariats se sont poursuivis, notamment pour les podcasts avec Radio France et TV5. Pour l'avenir, je crois que la fondation Engagement Médias pour les Jeunes créera des liens supplémentaires entre nos maisons.

**M. Jean-Jacques Gaultier.** La crise sanitaire et économique a-t-elle modifié votre position sur la holding potentielle France Médias ? La cohérence globale de l'audiovisuel à l'international et le renforcement des liens entre tous les partenaires sont importants mais j'ai bien entendu vos craintes d'être marginalisés au sein de cette holding, de perdre votre capacité d'action et un financement pérenne. Par ailleurs, quels sont vos liens avec le ministère des Affaires étrangères ?

**Mme Marie-Christine Saragosse.** Les liens avec le Quai d'Orsay sont très étroits, compte tenu de son maillage mondial à travers les ambassades, les alliances françaises, les lycées français, etc. Financièrement, nous ne percevons actuellement aucune subvention directe du ministère. Son Secrétaire général siège au conseil d'administration ; son rôle est important pour éclairer les enjeux mondiaux.

Quant à la première question, j'attends des précisions sur le calendrier de la loi sur l'audiovisuel public. Au-delà des structures, l'état d'esprit me semble primordial. Nous continuerons à faire ensemble, dans l'attente des décisions.

**Mme Fabienne Colboc.** Avec le second tour des élections municipales, un nouveau record d'abstention a été enregistré. Ces chiffres doivent amener à réfléchir au fonctionnement de notre démocratie et de notre vie politique. Les raisons sont multiples. Pouvons-nous penser que les manipulations d'informations politiques jouent un rôle négatif, en déstabilisant le débat démocratique voire en accentuant la crise de confiance politique ? Comment France Médias Monde peut-il apporter une réponse à ce phénomène ?

**Mme Marie-Christine Saragosse.** Des phénomènes très inquiétants sont observés en termes de déstabilisation démocratique, notamment chez les jeunes. L'engagement explose sur les « infox ». La délation nourrit des populations ayant déjà tendance à être dans des postures complotistes, qui relaient ces « infox ». Notre rôle est de délivrer une information de qualité et de la rendre accessible à tous, en Europe et ailleurs, en ciblant en particulier les jeunes. C'est l'objet du projet *Enter* que nous construisons avec la Deutsche Welle, en associant de jeunes influenceurs. Reste que nous n'arriverons pas à agir seuls. Tout le secteur public possède un rôle capital ; il s'agit d'une valeur refuge en cas de crise et d'un antidote au complotisme. Lorsqu'il est fort, le secteur privé est également de qualité. Nous devons aller plus loin que la France. C'est pourquoi le projet *Enter* sera mené avec d'autres pays, en plusieurs langues.

**Mme Sandrine Mörch.** Vous constituez une partie de la solution que nous pouvons opposer à la fracture sociale, au racisme et à la haine ordinaire. Une émission telle que *Pas 2 Quartier* permet de véhiculer une image très positive de la jeunesse des banlieues, à l'exact opposé de celle véhiculée par d'autres médias. Comment augmenter vos audiences et votre visibilité, développer les partenariats et infiltrer les réseaux sociaux ?

**Mme Marie-Christine Saragosse.** La fondation nous permettra de développer d'autres idées avec France Télévisions. La plateforme podcasts en cours de construction avec Radio France permettra d'accroître notre visibilité en France. Les jeunes savent très bien s'exprimer. Les rappeurs ont des propos très intéressants et sont des influenceurs. Je

souhaiterais ouvrir le studio pour organiser un concours de rap. Cette fondation pourra fédérer des initiatives. Je pense que le secteur public a un rôle à jouer dans ce domaine.

**Mme Danièle Cazarian.** Vous avez évoqué le site éducatif RFI Savoirs, lancé en 2016, qui met à disposition des outils pour apprendre le français ou apprendre en français. Qu'en est-il du projet de refonte de ce site, prévue en 2020 ? Quelles en seront les grandes lignes ?

**Mme Marie-Christine Saragosse.** La pandémie nous a contraints à décaler sa refonte. Nous le reconfigurerons avec des entrées apprenants ou enseignants. Nous souhaitons développer des applications et mettre l'accent sur la pédagogisation de nos productions de l'antenne sur le site, par exemple *Info ou intox*. La rénovation durera probablement jusqu'en 2021, en lien avec Lumni, où nous plaçons des contenus en français et en langues étrangères. Monte Carlo Doualiya (MCD), radio laïque arabophone, pourrait également jouer un rôle dans l'apprentissage de l'arabe. Les parties « apprendre en français » et « apprendre le français » se rapprocheront, pour une meilleure fluidité.

**Mme Danièle Hérim.** Durant la crise sanitaire, les polémiques et les doutes envers les scientifiques se sont installés au sein du public. Avez-vous réfléchi à la prise en compte d'une meilleure compréhension de la méthodologie scientifique ? Par ailleurs, quel type de projets sont-ils financés par la fondation Engagement Médias pour les Jeunes ? À quelle proportion ?

**Mme Marie-Christine Saragosse.** RFI propose une émission autour de la question des sciences. Un travail de fond quotidien est en outre réalisé par rapport aux différentes prises de parole relatives à la pandémie. Il existe une affinité très forte entre RFI et les sciences. Sur France 24, des experts sont invités mais aucune émission n'y est dédiée.

En ce qui concerne la fondation, les équipes de France Télévisions ont étudié 190 projets sur toute la France, centrés sur l'appropriation de la langue. 25 ont été retenus. Chacun des membres du jury parrainera l'un d'entre eux pour le suivre de plus près. La subvention couvre la totalité du budget ou un peu moins, *a minima* pour assurer sa viabilité.

**M. François Cormier-Bouligeon.** La France est une République unique dans le monde, qui fait vivre des valeurs et des principes forts. Mais le monde présente parfois des visages inquiétants ; le mélange dangereux entre la religion et la politique met des démocraties en difficulté. Pouvez-vous nous expliquer comment France Médias Monde porte les valeurs et principes républicains français pour montrer qu'un autre monde est possible ?

**Mme Marie-Christine Saragosse.** La devise de France 24 est « liberté, égalité, actualité » et celle de RFI est « les voix du monde », traduisant la diversité de la France. La laïcité est une idée neuve à l'extérieur de beaucoup de frontières et souvent mal comprise. Nos principes sont partagés par les journalistes, quelle que soit leur langue. Au Brésil, la rédaction de RFI n'a jamais connu un succès aussi important que depuis l'élection de l'actuel président. MCD se présente comme une chaîne non confessionnelle, laïque, arabophone et universaliste. À RFI ou France 24, aucun prisme religieux n'existe. Nous démontrons donc par nous-mêmes en permanence ce que signifient cette laïcité et le respect des religions. France Médias Monde est un échantillon représentatif puisqu'il compte 66 nationalités, de toutes les religions, vivant en parfaite harmonie.

**Mme Cécile Rilhac.** Pouvez-vous nous en dire davantage sur les moyens que vous comptez mettre en œuvre pour faire vivre la francophonie ?

**Mme Marie-Christine Saragosse.** TV5 Monde, chaîne généraliste multilatérale, est l'opérateur de la francophonie en matière audiovisuelle. RFI a de tout temps été un acteur de la francophonie et France 24 y contribue, dans un univers plurilingue, puisque nous parlons dix-neuf autres langues et avons vocation à nous adresser à ceux qui ne parlent pas le français. Parler en langue étrangère de la France constitue un moyen de faire rayonner la francophonie. Nous sommes quoi qu'il en soit des amoureux de la langue française. Nous possédons une émission quotidienne dédiée à la langue française. Nous couvrons tous les événements de la francophonie, délivrons des prix, promouvons l'apprentissage du français, etc., et possédons des partenariats avec TV5 Monde.

**M. le président Bruno Studer.** Merci beaucoup, madame la présidente.

*La séance est levée à onze heures quarante-cinq.*

---

### Information relative à la commission

*La Commission des affaires culturelles et de l'éducation a désigné ses rapporteurs pour avis sur le projet de loi de finances pour 2021 :*

	<b>Rapporteur pour avis</b>
<b>Mission Culture</b> 1. Culture	Mme Valérie Bazin-Malgras (Les Républicains)
<b>Mission Enseignement scolaire</b> 2. Enseignement scolaire	Mme Cécile Rilhac (La République en marche)
<b>Mission Médias, livre et industries culturelles</b> 3. Médias, livre et industries culturelles – Avances à l'audiovisuel public	Mme Céline Calvez (La République en marche)
<b>Mission Recherche et enseignement supérieur</b> 4. Recherche	M. Pierre Henriot (La République en marche)
5. Enseignement supérieur et vie étudiante	M. Philippe Berta (MODEM)
<b>Mission Sport, jeunesse et vie associative</b> 6. Sport, jeunesse et vie associative	M. Michel Larive (La France Insoumise)

**Présences en réunion**

**Réunion du mercredi 1<sup>er</sup> juillet 2020 à 9 h 35**

*Présents.* – Mme Emmanuelle Anthoine, Mme Géraldine Bannier, Mme Valérie Bazin-Malgras, Mme Marie-George Buffet, Mme Céline Calvez, Mme Danièle Cazarian, Mme Sylvie Charrière, M. Stéphane Claireaux, Mme Fabienne Colboc, M. François Cormier-Bouligeon, Mme Virginie Duby-Muller, Mme Elsa Faucillon, M. Jean-Jacques Gaultier, Mme Valérie Gomez-Bassac, M. Pierre Henriet, Mme Danièle Hérin, M. Régis Juanico, Mme Brigitte Kuster, Mme Constance Le Grip, Mme Josette Manin, Mme Sophie Mette, Mme Frédérique Meunier, M. Maxime Minot, Mme Sandrine Mörch, M. Bertrand Pancher, Mme Maud Petit, Mme Béatrice Piron, Mme Florence Provendier, M. Pierre-Alain Raphan, Mme Cécile Rilhac, Mme Michèle Victory

*Excusés.* – M. Bertrand Bouyx, Mme Anne Brugnera, Mme Jacqueline Dubois, Mme Annie Genevard, M. Raphaël Gérard, M. Frédéric Reiss, Mme Marie-Pierre Rixain, M. Bertrand Sorre

*Assistaient également à la réunion.* – Mme Delphine Bagarry, Mme Albane Gaillot