

A S S E M B L É E N A T I O N A L E

X V I ^e L É G I S L A T U R E

Compte rendu

Commission d'enquête sur l'attribution, le contenu et le contrôle des autorisations de services de télévision à caractère national sur la télévision numérique terrestre

- Audition, ouverte à la presse, de M. Patrick Bloche, adjoint à la maire de Paris, ancien député et rapporteur de propositions de loi relatives à l'audiovisuel..... 2
- Table ronde, ouverte à la presse, sur la protection du jeune public 12
- Audition, ouverte à la presse, des dirigeants du groupe Altice Media..... 31
- Présences en réunion..... 54

Jeudi

1^{er} février 2024

Séance de 14 heures

Compte rendu n° 10

SESSION ORDINAIRE DE 2023-2024

**Présidence de
M. Quentin Bataillon,
Président de la commission**



La séance est ouverte à quatorze heures trente-cinq.

La commission auditionne M. Patrick Bloche, adjoint à la maire de Paris, ancien député et rapporteur de propositions de loi relatives à l'audiovisuel.

M. le président Quentin Bataillon. Mes chers collègues, nous poursuivons nos travaux par l'audition de M. Patrick Bloche, adjoint à la maire de Paris, chargé de l'éducation, de la petite enfance, des familles et des nouveaux apprentissages et du Conseil de Paris.

Si nous avons souhaité vous entendre, c'est parce que vous avez été député de Paris de 1997 à 2017, président de la commission des affaires culturelles et de l'éducation de 2012 à 2017, ainsi qu'auteur et rapporteur, en 2015, de la proposition de loi relative au deuxième dividende numérique et à la poursuite de la modernisation de la TNT et, en 2016, de la proposition de loi visant à renforcer la liberté, l'indépendance et le pluralisme des médias.

Je vais vous donner la parole pour une intervention liminaire. Je vous serai reconnaissant de nous déclarer tout autre intérêt public ou privé – notamment au sein des groupes audiovisuels – de nature à influencer vos déclarations.

Auparavant, je vous rappelle que l'article 6 de l'ordonnance du 17 novembre 1958 relative au fonctionnement des assemblées parlementaires impose aux personnes auditionnées par une commission d'enquête de prêter serment de dire la vérité, toute la vérité, rien que la vérité. Je vous invite donc, monsieur le président, à lever la main droite et à dire : « Je le jure ».

(M. Patrick Bloche prête serment.)

M. Patrick Bloche, adjoint à la maire de Paris, ancien député de Paris, ancien président de la commission des affaires culturelles et de l'éducation. Merci beaucoup pour votre invitation. Il me paraît surtout utile d'évoquer le texte de 2016, celui de 2015 étant avant tout technique et revêtant une moindre importance au regard des objectifs de votre commission d'enquête, dont je salue la création qui me paraît bienvenue au regard de l'importance du sujet traité.

J'ai déjà été auditionné à deux reprises. Ma première audition s'inscrivait dans le cadre de la mission relative à la concentration dans le secteur des médias à l'ère numérique, menée conjointement par l'Inspection générale des finances et l'Inspection générale des affaires culturelles entre 2021 et 2022. Dans leur rapport, très volumineux et très instructif, les rapporteurs ont, d'une part, affirmé la nécessité de réactualiser notre dispositif anticoncentration, devenu largement obsolète, d'autre part, exprimé le souhait que soit réévaluée la loi du 14 novembre 2016.

J'ai ensuite été auditionné dans le cadre de la mission d'évaluation de l'impact de la loi du 14 novembre 2016 visant à renforcer la liberté, l'indépendance et le pluralisme des médias, créée au sein de la commission des affaires culturelles et de l'éducation de l'Assemblée nationale, par Mme Isabelle Rauch et M. Inaki Echaniz, ses rapporteurs, ainsi que d'autres parlementaires.

En 2016, je faisais partie de la commission d'enquête sur les conditions d'octroi d'une autorisation d'émettre à la chaîne Numéro 23 et de sa vente, dont Marcel Rogemont

était le rapporteur. Son rapport fut assez sévère, notamment s’agissant des modalités de contrôle de ces conditions d’octroi et de vente. Le Conseil supérieur de l’audiovisuel (CSA) avait décidé, en octobre 2015, de retirer à la chaîne Numéro 23 son autorisation d’émettre. Ce fut la première décision forte de cette autorité de régulation. Il existait alors un bon alignement des planètes entre la représentation nationale, dans le rôle d’évaluation et de contrôle qu’elle exerçait par cette commission d’enquête, et le CSA, au travers des décisions de retrait ou d’autorisation d’émettre qu’il prenait, parallèlement aux travaux de la commission ou à leur suite.

Il est évidemment important de s’intéresser à la loi du 14 novembre 2016 dans la perspective du renouvellement, ou non, en 2025, de l’autorisation d’émettre de la moitié des chaînes de la TNT.

Cette loi a été adoptée à un moment où des opérations significatives donnant lieu à une concentration des médias s’étaient produites : le rachat du groupe Canal+ par le groupe Bolloré, ou encore de *Libération* et de *L’Express* par le groupe aujourd’hui nommé Altice France (anciennement Numericable-SFR puis SFR Group).

Le contexte de 2016 était alors marqué par la censure par le groupe Bolloré d’un documentaire sur le Crédit mutuel puis d’un reportage sur l’Olympique de Marseille ou encore, dans la presse écrite, par la modification ou l’absence de publication d’articles du *Figaro* traitant de politique internationale et contraires aux intérêts du groupe Dassault. Hélas, le contexte de 2024 est sans comparaison avec celui de 2016, qui était bien moins dégradé du point de vue de la liberté, de l’indépendance et du pluralisme des médias, donc de la démocratie.

C’est d’ailleurs pendant l’examen de la proposition de loi du 14 novembre 2016 qu’a eu lieu la longue grève de la rédaction d’I-Télé. Nous en connaissons l’issue : la substitution de CNews à I-Télé.

L’adoption du texte a été rapide, avec le soutien de l’exécutif, qui a décidé d’appliquer la procédure accélérée. Il avait pour objectif principal de renforcer le respect du principe de valeur constitutionnelle d’honnêteté, d’indépendance et de pluralisme de l’information et des programmes audiovisuels.

En tant qu’auteur et rapporteur de cette loi, j’ai travaillé sur le plan technique en étroite collaboration avec le CSA, notamment avec son président Olivier Schrameck, que vous allez sans doute auditionner. L’objectif premier était pour nous d’élargir à l’ensemble des journalistes des dispositions protectrices ayant trait au respect du droit d’opposition et dont ne bénéficiaient que les journalistes des médias publics. Nous avons construit sur ce fondement un dispositif reposant notamment sur la création des comités relatifs à l’honnêteté, à l’indépendance et au pluralisme de l’information et des programmes, aussi appelés comités d’éthique.

Une loi ne vaut toutefois que si elle est appliquée, et j’imagine que nous n’évoquerons pas tant les dispositions de la loi du 14 novembre 2016 – que je serais ravi de voir modifiées, revues et renforcées – que le contrôle de leur bonne application. Il s’agit évidemment d’un champ d’échanges vaste, où le scepticisme peut trouver sa place.

M. le président Quentin Bataillon. Nous avons auditionné trois comités d’éthique ou relatifs à l’honnêteté, à l’indépendance et au pluralisme de l’information et des

programmes : ceux de TF1, de RTL-M6 et de Canal+. Nous avons observé d'importantes disparités dans leurs méthodes de travail, dans le nombre des dossiers dont ils se saisissent ou sont saisis chaque année, ou encore dans les moyens dont ils disposent. Quel regard portez-vous sur les comités d'éthique existants ? Respectent-ils l'esprit de votre loi ? Si nous devons légiférer aujourd'hui, à la lumière de ce qu'a été leur activité, quelle évolution pourrions-nous proposer ?

M. Patrick Bloche. Suivant l'architecture que nous avons conçue, chaque média ou groupe de médias audiovisuels devait se doter d'un comité composé par nature de personnalités indépendantes, ne partageant en particulier aucun intérêt avec les actionnaires des médias concernés pendant les deux années précédant leur nomination, la durée de leur mandat et l'année suivant la cessation de leurs fonctions. D'une manière générale, leur indépendance à l'égard des intérêts de l'éditeur, des actionnaires ou des annonceurs avait fait l'objet de grandes discussions.

Nous souhaitons en outre que ces comités puissent être saisis ou consultés à tout moment par la direction du média ou du groupe en question, par le médiateur, s'il en existe un, ou par tout autre citoyen. Je suis d'ailleurs certain que l'immense majorité de nos concitoyens ignore que cette possibilité leur est ouverte.

Vous le disiez, il existe d'importantes disparités entre les modes de fonctionnement des différents comités d'éthique, qui conduisent à ce que l'esprit, voire la lettre, de la loi de 2016 ne soient pas respectés. Les rapports d'activité que ces comités d'éthique étaient chargés de rédiger et de transmettre chaque année à l'autorité de régulation devaient permettre à cette dernière d'être informée du respect, ou non, par les médias des obligations qui leur étaient faites du point de vue de la liberté, de l'indépendance et du pluralisme des médias. Or ce dispositif ne fonctionne pas, ou n'existe pas.

Lorsque viendra, pour l'autorité de régulation, le moment – qui ne se présente que tous les dix ans – d'exercer son pouvoir d'accorder ou non le renouvellement des autorisations d'émettre, le fait que les médias ou les groupes de médias qui le demandent respectent ou non la loi devra faire partie des critères d'appréciation.

De mon point de vue, il faudrait revisiter la loi du 14 novembre 2016. Elle n'est peut-être pas assez contraignante, mais toujours est-il qu'elle a été détournée de son objet par un certain nombre de médias. Dans notre architecture idéale, les comités d'éthique devaient jouer le rôle de lanceurs d'alerte, ou du moins permettre à l'autorité de régulation de disposer des informations nécessaires à son appréciation du respect de la loi par les médias dotés d'une autorisation d'émettre.

M. Aurélien Saintoul, rapporteur. Je partage assez largement les opinions que vous avez énoncées dans votre propos liminaire.

Par le passé, vous vous êtes opposé à l'octroi d'une chaîne additionnelle – le fameux « canal bonus » – aux opérateurs historiques, en compensation de l'extinction anticipée de la diffusion analogique. Ce choix a été invalidé par la Commission européenne. À cet égard, n'estimez-vous pas que les décisions du CSA et les rachats de chaînes successifs ont favorisé une concentration des médias au sein de quatre grands groupes, au détriment d'éventuels nouveaux entrants ?

M. Patrick Bloche. Mon premier souvenir de débat parlementaire remonte à l'an 2000 et à la présentation par Catherine Tasca, alors ministre de la culture et de la communication, du projet de loi sur l'audiovisuel.

En 2005, au moment où la TNT a démarré, les opérateurs historiques occupaient une place de premier plan. L'audience du groupe TF1 lui assurait une certaine hégémonie : je me souviens de l'importance que revêtaient pour les responsables politiques le journal de 20 heures de TF1 et son impact sur l'opinion. Il ne s'agit pas pour moi de stigmatiser le groupe TF1 – que je trouve paradoxalement plus vertueux que d'autres aujourd'hui – mais seulement de souligner son souci majeur, d'abord pour des raisons économiques, de conserver sa part d'audience et surtout son hégémonie. Il avait ainsi beaucoup œuvré à retarder le lancement de la TNT.

Bercés, peut-être, d'illusions, nous étions sincèrement convaincus que la TNT assurerait une plus grande diversité des contenus et plus de pluralisme dans le traitement de l'information et des programmes et, de ce fait, qu'elle servirait la démocratie.

La loi du 14 octobre 2015 relative au deuxième dividende numérique a permis la modernisation de la TNT, autorisant l'attribution des fréquences de la bande 700 MHz, répondant aux préoccupations des opérateurs de télécommunication mobile s'agissant du développement de la 4G et profitant des avancées technologiques des dix années précédentes – je pense en particulier au multiplex, qui permet à chaque chaîne de disposer de son propre canal. Nous renforçons ainsi la diversité du paysage audiovisuel.

Près de vingt ans plus tard, ce paysage a changé, et les phénomènes de concentration des médias n'ont pas épargné la TNT, dont quatre grands groupes possèdent les chaînes. La chaîne Numéro 23, par exemple, appartient désormais au groupe Altice Média, anciennement NextRadioTV.

M. Aurélien Saintoul, rapporteur. Vous avez dit qu'en 2016 le contexte français était « moins dégradé ». Pourriez-vous préciser ?

M. Patrick Bloche Je pense en particulier au traitement de l'information. LCI, la plus ancienne chaîne française d'information en continu, BFM TV, France Info et I-Télé assuraient de mon point de vue une représentation pluraliste des grands courants d'opinion, en particulier des courants politiques, même si telle ou telle chaîne pouvait être marquée à gauche ou à droite – si tant est que la distinction existe encore.

J'avais moi-même, en responsabilité, déposé un amendement faisant sauter le verrou empêchant le passage en clair de LCI, qui était à sa création une chaîne payante, ce qui la condamnait au dépérissement. J'ai souvent été interpellé à ce sujet : « Comment avez-vous pu, vous, député socialiste, faire ce cadeau à TF1 ? » Or il ne s'agissait pas d'un cadeau, mais bien d'assurer la survie économique d'une chaîne qui existe toujours.

Je ne voudrais pas me laisser aller à commenter comme le citoyen que je suis le traitement de l'information par une chaîne en particulier – je pense à CNews, mais aussi à BFM TV, qui, par un malheureux effet d'imitation, a tendance à tomber dans les mêmes travers. Il convient ici de se montrer tout à fait objectif. Il n'en demeure pas moins qu'il y a des failles dans le respect du principe à valeur constitutionnelle d'honnêteté, d'indépendance et de pluralisme de l'information dans le domaine audiovisuel.

S'agissant du pluralisme, le rapporteur du Conseil d'État a récemment considéré que l'autorité de régulation n'était pas assez intransigeante. Quant à l'honnêteté de l'information, il y aurait aussi beaucoup à dire, de même qu'au sujet de la confusion des genres qui règne sur les plateaux de télévision. Il est en effet impossible de mettre au même niveau des journalistes, c'est-à-dire des professionnels du traitement de l'information et de son éditorialisation, et de supposés experts dont on découvre par après qu'ils servent des intérêts particuliers ou entretiennent des convictions bien établies, dont l'expression est incompatible avec la neutralité qui doit être celle d'un expert. C'est la raison pour laquelle je fus un des premiers, en 2017, à quitter en direct le plateau de Pascal Praud sur CNews, et je ne suis plus revenu sur les plateaux de cette chaîne depuis.

M. Aurélien Saintoul, rapporteur. C'est très clair.

L'article 1^{er} de la loi du 14 novembre 2016 accorde à tout journaliste « le droit de refuser toute pression, de refuser de divulguer ses sources et de refuser de signer un article, une émission, une partie d'émission ou une contribution dont la forme ou le contenu auraient été modifiés à son insu ou contre sa volonté ». Aux termes de la loi, la convention conclue entre le CSA, devenu l'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique (Arcom), et les éditeurs de services de télévision et de radio doit préciser les mesures à mettre en œuvre pour garantir le respect de ce droit. Quel bilan faites-vous de l'application de ces dispositions ?

M. Patrick Bloche Cet article visait à élargir le droit d'opposition dont jouissaient les journalistes de l'audiovisuel public à l'ensemble des journalistes, à une époque où la situation était – je reprends mon expression – moins dégradée. Je veux dire que les journalistes étaient capables de résister aux pressions dont ils pouvaient faire l'objet.

Je ne suis pas convaincu qu'il en soit encore ainsi et je n'en fais pas reproche aux journalistes : il faudrait ouvrir un vaste champ d'investigation sur l'exercice de leur métier, qui prendrait en compte sa précarisation, dans la presse écrite comme dans l'audiovisuel.

En 2016, nous étions en tout cas convaincus que le droit d'opposition pouvait être réellement exercé afin d'empêcher qu'un journaliste ne soit « contraint à accepter un acte contraire à sa conviction professionnelle formée dans le respect de la charte déontologique de son entreprise ou de sa société éditrice », pour reprendre les termes de ce même article 1^{er}.

En 2016, le législateur avait prévu de généraliser les chartes déontologiques, désormais inscrites à l'article 2*bis* de la loi fondatrice sur la liberté de la presse du 29 juillet 1881. Une date butoir avait été fixée au 1^{er} juillet 2017 et la loi disposait qu'« À défaut de conclusion d'une charte avant le 1^{er} juillet 2017 et jusqu'à l'adoption de celle-ci, les déclarations et les usages professionnels relatifs à la profession de journaliste peuvent être invoqués en cas de litige. » Tel a bien été le cas puisque ce délai n'a pas été suffisant pour que ces chartes soient négociées – car tel était bien l'objectif – entre les directions et les représentants des journalistes. Il était en effet impossible de soumettre les acteurs à une obligation de résultat ou de signature ?

On en a vu une illustration dans la presse écrite lorsque la société des journalistes du *Journal du dimanche* a tenté d'obtenir la rédaction conjointe d'une charte déontologique comportant des dispositions protectrices des journalistes et que la direction du journal a rejeté ces dispositions. La négociation n'a ainsi pas pu aboutir.

S'il est donc impossible d'imposer la conclusion d'une charte déontologique, l'existence, ou non, et le respect d'une telle charte donnent une indication de l'état d'esprit de l'opérateur concerné. Je considère que, tout comme l'existence d'un comité d'éthique efficace et indépendant, ce critère est révélateur de l'état d'esprit d'un opérateur et devra être pris en compte lorsque viendra le moment pour l'Arcom de renouveler, ou non, son autorisation d'émettre. La responsabilité de l'autorité de régulation va en effet au-delà de la gestion des contentieux, de la réception des plaintes et des sanctions qu'elle prononce à l'encontre de chaînes, même si ces éléments forment un tout avec le renouvellement des autorisations.

M. Aurélien Saintoul, rapporteur. Ne pensez-vous pas que, d'une certaine façon, la charte déontologique constitue un doublon du principe d'éthique journalistique ? Autrement dit, ce principe ne contribue-t-il pas à empêcher le développement des chartes ?

M. Patrick Bloche. Les chartes déontologiques visaient avant tout à assurer l'indépendance des journalistes et à les protéger. Les articles 9 et 10 de la loi du 14 novembre 2016 ont accordé à l'autorité de régulation le pouvoir de sanctionner le non-respect du droit d'opposition des journalistes, lequel doit être garanti dans les conventions que cette autorité conclut avec les éditeurs. Un débat a eu lieu, à l'époque, sur les chartes déontologiques. La loi de 2016 visait avant tout un objectif d'efficacité. J'étais en désaccord avec le Syndicat national des journalistes (SNJ), dont je n'ai pas retenu la proposition car elle me paraissait trop générale et moins efficace que la charte déontologique. Encore faut-il, bien sûr, que cette dernière soit négociée et signée.

M. Philippe Frei (RE). Sans préjuger les conclusions de la mission d'évaluation de la loi du 14 novembre 2016, beaucoup estiment que ce texte n'apporte pas assez de garanties d'indépendance à nos médias. La nomination contestée du directeur de la rédaction du *Journal du dimanche*, en juillet dernier, sans que les journalistes aient pu exercer un droit d'opposition ou de regard, a entraîné le dépôt d'une proposition de loi transpartisane visant, entre autres, à traiter cette problématique. Au-delà de cette initiative, quelles pistes peuvent être explorées pour renforcer l'indépendance des médias dans notre pays ?

M. Patrick Bloche. On m'a souvent demandé pourquoi la loi de 2016 n'avait pas institué un droit de veto des journalistes sur la nomination du directeur de la rédaction, lequel existe dans certains journaux comme *Libération*, *Le Monde* ou *Mediapart*. Il se trouve qu'à l'époque, la situation n'était pas aussi dégradée qu'elle l'est aujourd'hui, et on n'estimait pas nécessaire de prévoir une disposition législative de ce type. Sauf erreur de ma part, aucun des députés ayant participé au débat en 2016 n'avait déposé d'amendement visant à généraliser le droit de veto. Je souhaite que le législateur se ressaisisse de cette question et élargisse le droit de veto en apportant toutes les garanties de constitutionnalité.

M. Jérôme Guedj (SOC). Compte tenu de l'esprit et de la lettre de la loi, l'autorité de régulation doit-elle refuser de renouveler la fréquence de chaînes qui ont été sanctionnées de manière réitérée pour ne pas avoir respecté les règles fixées lors de la délivrance de l'autorisation ? Le CSA puis l'Arcom ont-ils suffisamment usé de la possibilité qui leur était offerte d'interdire tel ou tel programme, voire de suspendre temporairement une autorisation ?

On parle du renouvellement de quinze fréquences. Faut-il faire évoluer – à la hausse ou à la baisse – le nombre d'acteurs de la TNT gratuite et revoir la place occupée par les chaînes d'information ou celles consacrées à d'autres thématiques ?

M. Patrick Bloche. L'autorité de régulation doit agir en toute indépendance, sur le fondement de principes généraux, définis par elle, qui s'appliquent à tous les opérateurs, en particulier à ceux qui ont en charge les quinze chaînes de la TNT renouvelables en 2025.

S'agissant des acteurs de la TNT gratuite, le problème est moins d'ordre quantitatif que qualitatif. Il faut veiller à l'honnêteté, à l'indépendance et au pluralisme de l'information, ce dernier étant un principe de valeur constitutionnelle. La question est de savoir ce qu'est une chaîne d'information. Une chaîne qui ne respecte pas le pluralisme et qui fait preuve d'une honnêteté à géométrie variable dans le traitement de l'information ne peut plus être considérée, à mon sens, comme une chaîne d'information : elle devient une chaîne d'opinion, ce qui conduit à s'interroger sur le renouvellement de son autorisation d'émettre. C'est un critère central, au-delà des sanctions qui lui ont été infligées et de l'existence d'une charte déontologique et d'un comité d'éthique. De fait, le débat relatif au renouvellement des autorisations d'émettre tourne autour du traitement de l'information et de ce que je perçois comme des débordements. S'il revient à la représentation nationale d'éclairer l'autorité de régulation – c'est tout l'intérêt de la commission d'enquête –, le Gouvernement doit également rappeler avec force un certain nombre de principes généraux.

La loi doit s'adapter à l'évolution du paysage médiatique, qui a connu de grands changements depuis huit ans. À partir du moment où on les a évalués, on peut renforcer les dispositifs d'application des principes définis par la loi, mais l'Arcom a les moyens d'agir, dans le respect des principes généraux du droit – il y a ensuite la volonté ou non d'agir, comme toujours. Le geste fort qu'avait constitué le retrait de l'autorisation d'émettre de la chaîne Numéro 23 pourrait être renouvelé sans que cela ne soit considéré comme une atteinte au pluralisme.

Mme Céline Calvez (RE). Compte tenu du fort soutien public à la distribution de la presse écrite et du caractère parfois indistinct de la frontière entre presse écrite et audiovisuel, ne faudrait-il pas revoir la distinction opérée dans l'encadrement juridique de ces deux secteurs ?

M. Patrick Bloche. Les modes de régulation de la presse écrite, d'internet et de l'audiovisuel sont en effet d'une nature différente. Il n'existe pas d'autorité de régulation de la presse écrite et des contenus publiés sur internet et les réseaux sociaux : c'est la loi qui s'applique, en particulier celle de 1881. On s'est parfois demandé – moins pour la presse écrite que pour internet – s'il fallait instituer une telle autorité. Cette idée m'a toujours inspiré un certain scepticisme. Appliquons la loi de 1881, qui est pour ainsi dire parfaite, puisqu'elle garantit la liberté de la presse et la liberté d'expression tout en sanctionnant les abus, notamment en matière de discriminations. Je ne crois pas nécessaire de bouleverser les dispositifs de régulation. Je ne pense pas que la création d'une autorité de régulation, comparable à l'Arcom, pour la presse écrite ou internet soit une nécessité – sans parler de la difficulté de contrôler tout ce qui est diffusé sur les réseaux sociaux. Il n'en reste pas moins que ces derniers occupent une place croissante dans le traitement de l'information, d'autant plus que nos concitoyens regardent de moins en moins la télévision.

Mme Céline Calvez (RE). Lorsqu'on attribue un canal de la TNT, qui représente une part du domaine public, à une entreprise de l'audiovisuel public, ne faudrait-il pas retenir des critères spécifiques, tenant notamment à l'indépendance ou au pluralisme de l'information ?

M. Patrick Bloche. Mon sentiment premier serait d'abonder dans votre sens. Il faut confier à l'audiovisuel public les canaux lui permettant de remplir les missions que la puissance publique lui a confiées. Je ne crois pas que l'audiovisuel public demande des canaux supplémentaires, mais il est essentiel de préserver ceux dont il dispose. Je ne sais pas s'il faut lui appliquer un traitement différencié. En tout état de cause, il convient de s'assurer que nos principes constitutionnels, à commencer par le principe d'égalité, permettent de privilégier un opérateur public, ce dont je ne suis pas certain.

M. Jean-Jacques Gaultier (LR). En instaurant un droit de veto à la nomination du directeur de la rédaction, ne risque-t-on pas d'interdire la venue de personnes venant d'horizons différents, par exemple du secteur privé, et de favoriser l'entre soi ? À titre d'exemple, Jean-Philippe Baille, qui est passé par RTL, a été directeur de France Info, avant de devenir directeur de l'information de Radio France. Je ne suis pas sûr que ce parcours aurait été possible s'il avait existé un droit de veto.

Quelles réflexions vous a inspirées l'annulation, par le Conseil d'État, du retrait de l'autorisation d'émettre de la chaîne Numéro 23 ?

M. Patrick Bloche. S'agissant de votre deuxième question, je me garderai bien de commenter une décision du Conseil d'État. Nous avons créé en 2016, à l'Assemblée nationale, une commission d'enquête sur ce sujet. Elle a mis en cause l'opérateur de la chaîne Numéro 23, qui avait revendu pour 88 millions d'euros une fréquence qui lui avait été attribuée gratuitement. De plus, l'enquête que nous avons menée sur les conditions de l'octroi par le CSA, en 2012, de l'autorisation d'émettre à cette chaîne nous a montré que toutes les garanties n'avaient pas été réunies.

Je ne suis plus législateur et ne saurais me prononcer sur la constitutionnalité des dispositions que la représentation nationale pourrait adopter. J'ai simplement exprimé mon soutien à la proposition de loi déposée récemment par certains de vos collègues qui vise à généraliser le droit de veto à la nomination du directeur de la rédaction. Je suis sûr que, si vous légiférez en ce domaine, vous trouverez les moyens d'encadrer ce droit pour qu'il n'en soit pas fait un usage excessif.

M. Laurent Esquenet-Goxes (Dem). Comment doit-on mesurer l'équilibre des forces politiques sur le plateau d'une chaîne d'information ? Faut-il étendre l'exigence d'équité politique à des commentateurs ou de soi-disant experts ?

M. Patrick Bloche. L'opinion doit être éclairée, ce qui suppose que l'on accroisse sensiblement la transparence. La dégradation du traitement de l'information est due à un double phénomène : d'une part, l'information n'est plus traitée seulement par les professionnels, qui en ont habituellement la charge et qui sont formés pour cela ; d'autre part, la précarisation du métier de journaliste affaiblit la profession. La place faite, sur les plateaux de télévision, à ce que l'on appelle des experts – dont le recrutement pêche par un manque de pluralisme – est tout à fait contestable. Il conviendrait peut-être de reprofessionnaliser le traitement de l'information, mais encore faut-il que l'on ait affaire à des chaînes d'information et non d'opinion.

M. Aurélien Saintoul, rapporteur. Une chaîne d'information n'est-elle pas structurellement vouée à devenir une chaîne d'opinion ? Il est peu probable qu'un groupe, à moins qu'il ne soit particulièrement solide, puisse se permettre d'éponger indéfiniment des

dettes. Une chaîne, même non partisane, a nécessairement une coloration particulière et est empreinte d'une certaine conception de la société.

M. Patrick Bloche. Je pense à une célèbre citation d'Antonio Gramsci : « Il faut allier le pessimisme de l'intelligence à l'optimisme de la volonté. » Quant à moi, je ferai plutôt appel à l'optimisme de la volonté pour répondre à votre question.

Il ne me semble pas inéluctable que toute chaîne d'information devienne une chaîne d'opinion. Les trois chaînes d'information privées – je laisse de côté la chaîne publique, France Info – ne me paraissent pas toutes au même niveau en matière d'honnêteté, d'indépendance et de respect du pluralisme dans le traitement de l'information. Cette situation dégradée constitue à mes yeux un danger majeur pour la démocratie. On a évoqué tout à l'heure les pouvoirs que le législateur a donnés à l'Arcom pour éviter toute dérive, ainsi que celui de ne pas renouveler l'autorisation d'émettre lorsque de telles dérives sont constatées. L'autorité de régulation doit avoir conscience de ses responsabilités et en être à la hauteur.

Il ne s'agit pas de faire taire un courant d'opinion, mais de s'assurer que tous ces courants ainsi que les groupes qui les représentent ici même, à l'Assemblée nationale, peuvent s'exprimer de manière équilibrée, dans le respect des lois de la République et sans tenir de propos discriminatoires sanctionnés par le code pénal. Tel est l'objectif que devra viser l'Arcom dans la décision importante qu'elle prendra en 2025.

Les travaux de votre commission d'enquête et le rapport que vous publierez sont essentiels car ils permettront de rappeler un certain nombre de principes d'intérêt général. En cela, vous remplissez parfaitement la mission qui incombe à la représentation nationale.

De même, le Gouvernement doit parler d'une manière forte. Je déplore que les deux ministres de la République qui se sont permis de porter une appréciation sur les chaînes du groupe Bolloré, à savoir M. Pap Ndiaye, ancien ministre de l'éducation nationale et de la jeunesse, et surtout Mme Rima Abdul-Malak, ancienne ministre de la culture, aient fait l'objet d'une campagne aussi violente dans les médias appartenant au groupe incriminé. Je n'ose évidemment émettre l'idée que ces deux ministres aient dû quitter le Gouvernement parce qu'ils avaient pris position contre les chaînes du groupe Bolloré...

Je le répète, il revient à la représentation nationale comme au Gouvernement de veiller au respect d'un certain nombre de principes démocratiques absolument essentiels. J'ai entendu que la nouvelle ministre de la culture s'intéressait à l'audiovisuel public et envisageait la fusion, dans une même holding, de Radio France et de France Télévisions – un serpent de mer que j'ai toujours repoussé et considéré comme la plus mauvaise idée qui soit, puisque cela recréerait l'ORTF et que la radio et la télévision publiques ont des cultures et des histoires très différentes. Aussi me semble-t-il essentiel que notre nouvelle ministre rappelle, comme sa prédécesseure, la lettre et l'esprit de la loi.

M. Aurélien Saintoul, rapporteur. Vous avez étudié de près, dans le cadre d'une précédente commission d'enquête, la procédure d'attribution des fréquences de la TNT en 2012. Quel regard portez-vous sur l'actuelle procédure de renouvellement des autorisations d'émettre, qui court jusqu'en 2025 ? Quelles sont à vos yeux les évolutions législatives qui permettraient de remédier à ses éventuelles faiblesses ?

M. Patrick Bloche. Je suis toujours élu, mais au niveau local. Je ne suis plus parlementaire : j'ai donc passé le témoin. Je ne dispose ni de l'expertise ni des moyens

techniques pour faire des propositions dans ce domaine. Cependant, dès lors que vous avez cette idée, je ne peux qu'approuver votre démarche.

Je ne me suis pas non plus étendu outre mesure sur le bilan de la loi de 2016, qui a instauré des chartes déontologiques et des comités d'éthique, puisque l'Assemblée nationale a elle-même créé une mission d'évaluation de l'impact de ce texte. Pour ce faire, il faut disposer de moyens que je n'ai pas. Je pense donc que Mme Isabelle Rauch et M. Inaki Echaniz, corapporteurs de cette mission, pourront apporter des éléments d'évaluation utiles à votre commission d'enquête.

Je l'ai déjà dit, la loi se doit de prendre en compte les évolutions du secteur. Si vous êtes amenés à modifier la loi du 14 novembre 2016, donc la loi du 30 septembre 1986, voire celle du 29 juillet 1881, vous remplirez pleinement votre mission.

Vous avez également la responsabilité de garantir l'indépendance de l'audiovisuel public. Je ne parle pas de la nomination de ses présidents – une mission que la loi du 15 novembre 2013 relative à l'indépendance de l'audiovisuel public a confiée au CSA, le prédécesseur de l'Arcom –, mais avant tout et surtout de son indépendance budgétaire. Je sais que vous y travaillez activement et je tiens à vous témoigner ma confiance citoyenne. Nous attendons avec beaucoup d'impatience de découvrir les solutions pérennes que vous trouverez avant la fin de l'année 2024. Dès lors que l'audiovisuel public ne dispose plus de ressources affectées, comme l'était la redevance, mais d'une fraction du produit de la TVA, et que la loi organique relative aux lois de finances (Lolf) ne permet pas de faire n'importe quoi, il y a urgence !

M. Aurélien Saintoul, rapporteur. Le message est passé.

Je ne vous poserai pas davantage de questions car je crains que vous ne me répondiez une nouvelle fois que vous n'êtes plus qu'un observateur et que vous nous faites confiance.

M. le président Quentin Bataillon. Nous avons bien entendu votre message s'agissant de l'avenir de l'audiovisuel public, un sujet qui a fait l'objet d'une mission d'information présidée par Jean-Jacques Gaultier. Il est en effet urgent de sécuriser son mode de financement.

Les chartes de déontologie sont très différentes selon les groupes et les chaînes. Trouveriez-vous utile et sain que, dans le cadre du renouvellement des autorisations d'émettre, l'Arcom propose ou impose une sorte de socle commun pour ces documents ? Nous ne pourrions cependant pas aller plus loin puisqu'il faut laisser de la place à la liberté des discussions entre les journalistes et leur chaîne.

M. Patrick Bloche. Ce socle commun, assorti d'un certain nombre d'obligations, me paraît nécessaire. Peut-être l'Arcom demandera-t-elle au législateur de fixer un tel cadre, estimant que c'est à la représentation nationale que revient cette responsabilité et que l'autorité de régulation n'est là que pour appliquer la loi. Mais encore faut-il que les chartes déontologiques soient négociées, avec une réelle volonté d'aboutir, et signées entre les directions des chaînes et les représentants des journalistes.

M. le président Quentin Bataillon. Je vous remercie de vos réponses. N'hésitez pas à compléter nos échanges en nous adressant tout document qui vous semblerait utile ou en nous faisant part, tout au long de nos travaux, de vos éventuelles réflexions ou observations.

*

La commission organise une table ronde, ouverte à la presse, sur la protection du jeune public :

- *M. Éric Delemar, Défenseur des enfants, adjoint à la Défenseure des droits, en charge de la défense et de la promotion des droits de l'enfant*
- *Mme Alexandra Mielle, cheffe du département « protection et prévention des publics » de l'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique (Arcom)*
- *M. Serge Tisseron, psychiatre et président de l'association « 3-6-9-12, apprivoiser les écrans et grandir »*
- *Mme Anne Lefebvre, psychologue clinicienne et présidente de l'Association pour l'éducation à la réduction du temps écrans (Alerte)*
- *M. Philippe Bony, président de Gulli, directeur général des chaînes thématiques du groupe M6 et Mme Armelle Donné, directrice de la conformité des programmes du groupe M6*
- *M. Vincent Navarro, directeur général adjoint en charge de Canal+ et des antennes du groupe Canal+*
- *M. Pierre Siracusa, directeur de la jeunesse, de l'animation et de l'éducation au sein de France Télévisions*
- *M. Yann Labasque, directeur des programmes jeunesse du groupe TF1 et M. Thomas Courcelle, directeur de la conformité des programmes du groupe TF1*

M. le président Quentin Bataillon. Nous poursuivons nos auditions en tenant une table ronde consacrée à la protection du jeune public – enfants et adolescents – sur la télévision numérique terrestre.

Je souhaite la bienvenue à M. Éric Delemar, Défenseur des enfants, adjoint à la Défenseure des droits, chargé de la défense et de la promotion des droits de l'enfant ; Mme Alexandra Mielle, cheffe du département « protection et prévention des publics » de l'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique (Arcom) ; M. Serge Tisseron, psychiatre, président de l'association « 3-6-9-12 - Apprivoiser les écrans et grandir » ; Mme Anne Lefebvre, psychologue clinicienne, présidente de l'Association pour l'éducation à la réduction du temps écran (Alerte) ; M. Philippe Bony, président de Gulli, directeur général des chaînes thématiques du groupe M6 et Mme Armelle Donné, directrice de la conformité des programmes du groupe ; M. Vincent Navarro, directeur général adjoint en charge des antennes du groupe Canal+ ; M. Pierre Siracusa, directeur des jeunes publics, de l'éducation et de l'animation au sein de France Télévisions ; M. Yann Labasque, directeur des programmes jeunesse du groupe TF1 et M. Thomas Courcelle, directeur de la conformité des programmes du groupe.

Mesdames, messieurs, je vous remercie de prendre le temps de répondre à notre invitation. Je vais vous passer la parole pour une intervention liminaire de cinq minutes par organisation, pour présenter votre action ou vos propositions pour le jeune public et la

signalétique apportée sur les écrans, avant notre échange. Je vous remercie également de nous déclarer tout autre intérêt public ou privé, notamment au sein des groupes audiovisuels, de nature à influencer vos déclarations.

Enfin, je vous rappelle que l'article 6 de l'ordonnance du 17 novembre 1958 relative au fonctionnement des assemblées parlementaires, impose aux personnes auditionnées par une commission d'enquête de prêter serment de dire la vérité, toute la vérité, rien que la vérité. Je vous invite donc, mesdames, messieurs, à lever la main droite et à dire : « Je le jure. »

(Les personnes auditionnées prêtent successivement serment.)

M. Éric Delemar, Défenseur des enfants, adjoint à la Défenseure des droits, chargé de la défense et de la promotion des droits de l'enfant. Je vous remercie pour votre invitation à participer à cette table ronde, tant la protection de la santé et l'éducation des enfants à l'ère numérique sont cruciales pour leur développement. Comme vous le savez, le Défenseur des droits est une autorité administrative indépendante qui, selon l'article 71 de la Constitution, « veille au respect des droits et libertés par les administrations de l'État ». En tant que Défenseur des enfants, adjoint de Claire Hédon, j'ai pour mission de défendre l'intérêt supérieur de l'enfant, conformément au droit positif et aux engagements internationaux de la France. L'enjeu actuel se situe dans l'équilibre entre la liberté d'expression, garantie par l'article 10 de la Convention européenne des droits de l'homme, et les autres droits, y compris les droits des enfants, selon un principe de proportionnalité.

L'article 17 de la Convention internationale des droits de l'enfant (Cide) rappelle que « les États parties reconnaissent l'importance de la fonction remplie par les médias et veillent à ce que l'enfant ait accès à une information et à des matériels provenant de sources nationales et internationales diverses, notamment ceux qui visent à promouvoir son bien-être social, spirituel et moral ainsi que sa santé physique et mentale ». Concrètement, cela veut dire que notre pays doit favoriser l'élaboration de principes directeurs appropriés destinés à protéger l'enfant contre l'information et les matériels qui nuiraient à son bien-être et encourager les médias à diffuser une information et des matériels présentant une utilité sociale et culturelle pour l'enfant.

L'article va même plus loin, dans le lien qu'il établit avec l'article 29, lequel dispose notamment : « Les États parties conviennent que l'éducation de l'enfant doit viser à : favoriser l'épanouissement de la personnalité de l'enfant et le développement de ses dons et de ses aptitudes mentales et physiques, dans toute la mesure de leurs potentialités ; inculquer à l'enfant le respect des droits de l'homme et des libertés fondamentales, et des principes consacrés dans la Charte des Nations unies [...]. »

Si le Défenseur des enfants que je suis n'est pas compétent en ce qui concerne les modalités d'attribution des fréquences, il l'est bien entendu sur toute question relative aux droits de l'enfant et, de manière indirecte, sur l'impact des écrans sur ces droits. Ces dernières années, l'attention des pouvoirs publics s'est focalisée sur les réseaux sociaux et la présence numérique. Or on observe désormais un continuum entre les différents écrans et espaces numériques, consommés par les enfants dès le plus jeune âge – télévision, TNT, ordinateur portable, tablette –, d'autant plus que la télévision se regarde sur l'ensemble de ces supports et que certains de ses programmes reprennent même les propos des réseaux sociaux. La télévision ne peut pas se sentir épargnée par les risques d'exposition à des contenus à caractère discriminatoire voire à la haine en ligne.

Dès 2012, dans notre rapport annuel intitulé « Enfants et écrans : grandir dans le monde numérique », nous relevions que le temps passé devant les écrans avait tendance à se cumuler et que les jeunes adoptaient une attitude d'usage simultané des médias. C'est ce que l'on a appelé la convergence des écrans, qui multiplie les possibilités d'exposition, avec des usages qui se recoupent : films et vidéos regardés sur internet et non plus à la télévision, jeux sur les réseaux sociaux. Ce rapport soulignait que la régulation des contenus par le biais de la signalétique trouve ses limites. Le contrôle parental sur les ordinateurs au-delà de l'âge de 8 ou 10 ans était peu utilisé, lourd et imprécis. De plus, il était mal adapté aux téléphones portables et s'appliquait à des émissions regardées à la télévision mais pas pour les mêmes émissions visionnées sur le smartphone. Je ne sais si cela a changé.

Le rôle éducatif de la télévision était déjà souligné. On ne saurait parler du rôle éducatif des écrans sans mentionner celui que peut jouer la télévision qui permet de présenter des spectacles, des concerts, même à ceux qui en sont exclus du fait de leur éloignement physique ou socio-culturel. Dans notre rapport intitulé « Le droit des enfants aux loisirs, au sport et à la culture », remis au Président de la République et aux parlementaires lors de la Journée internationale des droits de l'enfant le 15 novembre 2023, nous avons consacré un développement au droit au repos, à l'éveil culturel et artistique des plus jeunes, en soulignant que la place des écrans chez les très jeunes est une préoccupation grandissante au regard des conséquences néfastes qu'ils peuvent avoir sur leur développement.

Selon une étude réalisée par l'Institut national d'études démographiques et l'Institut national de la santé et de la recherche médicale sur 4 000 enfants de 4 à 18 ans, le temps passé par les enfants devant les écrans a augmenté ces dernières années en France et, de surcroît, il est plus important au sein des familles où des inégalités sociales subsistent dans l'accès à des loisirs diversifiés et adaptés aux besoins des enfants. Ces enfants auront, régulièrement, des activités culturelles ou sportives par procuration, c'est-à-dire à travers la télévision ou internet. Les écrans deviennent pour un certain nombre un outil pour pallier l'ennui et un loisir à part entière. « La télévision nous aide à nous endormir », disent beaucoup de jeunes.

Je dois aussi citer notre rapport de 2021 consacré à la santé mentale des enfants. Nous y indiquions que la crise sanitaire avait augmenté le temps consacré aux écrans. Cette surexposition avait eu de vraies incidences sur le rythme circadien des enfants et entraîné des troubles alimentaires et du sommeil, sans compter les effets catastrophiques de l'exposition à la haine en ligne et au cyberharcèlement. Lors de nombre de mes déplacements dans des établissements scolaires, beaucoup de principaux de collège attiraient mon attention sur un absentéisme plus important depuis la crise sanitaire, sans doute dû à cette perturbation du rythme circadien.

Nous recommandions dans nos rapports que, compte tenu des incertitudes entourant les effets de l'écran sur le développement des tout-petits, le principe de précaution devait prévaloir au nom de l'intérêt supérieur des enfants. Les enfants devraient être autant que possible protégés d'une exposition aux écrans avant l'âge de 3 ans et, de 3 à 6 ans, n'y être exposés que de manière accompagnée et limitée, dans le cadre d'un projet éducatif. La responsabilité est celle des adultes en premier lieu : responsables légaux, parents, mais aussi éditeurs et diffuseurs, chacun ayant sa part pour faire respecter les droits des jeunes face aux écrans.

L'éducation au numérique et sa complémentarité avec les préoccupations d'ordre technique sont des enjeux fondamentaux, à l'école, au sein de la famille et de manière globale pour tous les acteurs qui accompagnent les jeunes dans leur parcours. D'une approche par les

risques, il faut passer à une approche positive et centrée sur les jeunes, qui doivent pouvoir bénéficier d'un véritable soutien dans leur consommation d'écrans. Pour cela, je rappelle notamment l'importance de sensibiliser les parents au développement cognitif et émotionnel du jeune enfant mais également de valoriser leur rôle.

Pour terminer, je citerai les évolutions en ce qui concerne la régulation des acteurs du numérique. Le projet de loi visant à sécuriser et réguler l'espace numérique est une initiative qui va dans le bon sens, bien qu'elle fasse l'objet d'un avis circonstancié de la Commission européenne, qui considère que ces dispositions empiètent sur le domaine du règlement (UE) 2022/2065 du 19 octobre 2022 relatif à un marché unique des services numériques directives européennes dit *Digital Services Act* (DSA). Quels que soient les développements juridiques à venir, la Défenseure des droits et le Défenseur des enfants les suivront avec attention en restant attachés à l'effectivité des mécanismes de protection.

Mme Alexandra Mielle, cheffe du département « protection et prévention des publics » de l'Arcom. La protection des mineurs est une mission centrale et historique du régulateur audiovisuel, qui l'a activement mise en œuvre dans le cadre fixé par le législateur. Il opère sur les contenus, notamment grâce à la signalétique jeunesse, et sur les usages – dès 2008, il s'est préoccupé du rapport des enfants aux écrans.

L'Arcom mène des actions de nature différente : de régulation, en intervenant, si nécessaire, auprès des services de communication audiovisuelle sur le fondement des textes, un pouvoir réglementaire lui ayant été confié par le législateur ; de sensibilisation, dans deux campagnes annuelles ; d'éclairage du Parlement et du Gouvernement. Un comité d'experts du jeune public accompagne ses réflexions. Elle se préoccupe également de la protection des mineurs en ligne et entretient des échanges nourris avec de nombreuses autorités, comme le Défenseur des enfants et le Défenseur des droits, l'Autorité de régulation des communications électroniques, des postes et de la distribution de la presse (Arcep), l'Autorité nationale des jeux (ANJ) et l'Agence nationale des fréquences (ANFR).

Les articles 1^{er} et 15 de la loi du 30 septembre 1986 ont confié à l'Arcom la mission de protéger les mineurs, qu'ils utilisent les services audiovisuels ou qu'ils y interviennent. Cette compétence fondamentale a conduit l'Autorité à édicter une douzaine de recommandations ou délibérations. Il s'agit d'un ensemble de mesures qui s'imposent aux chaînes dans un objectif de protection des mineurs.

Certaines prévoient des règles de classification des programmes et des restrictions horaires de diffusion. Des délibérations visent à protéger certaines catégories de mineurs. Une délibération du 22 juillet 2008 vise ainsi à protéger les enfants de moins de 3 ans des effets de la télévision. Elle a été prise alors que des chaînes bébé arrivaient en France, ce qui avait suscité une réprobation nette des spécialistes du monde de l'enfance. Fondée sur un avis du ministère de la santé, après consultation de l'ensemble des experts, elle a relevé les effets néfastes de l'exposition des tout-petits à la télévision et a formulé des conseils. Elle a aussi interdit aux éditeurs établis en France de diffuser ou de promouvoir des programmes présentés comme spécifiquement conçus pour les enfants de moins de 3 ans. Elle continue d'être appliquée.

Une délibération du 17 avril 2017 vise à protéger les mineurs qui interviennent dans une émission, pour préserver leur vie présente et leur avenir. D'autres concernent la protection du jeune public face à la pression publicitaire – je pense en particulier à celle qui fixe les

règles pour la diffusion de communications commerciales en faveur des jeux d'argent et de hasard.

L'Arcom a fait le choix dès 2005 de créer un comité d'experts du jeune public, composé de professionnels aux compétences variées et complémentaires, en prise directe avec le monde de l'enfance, des pédiatres, des psychologues, qui accompagnent ses réflexions, afin d'adapter sa régulation. Il compte également des chercheurs et des représentants institutionnels du monde de l'enfance. Éric Delemar en fait partie, et Serge Tisseron en a été membre.

J'en viens au dispositif central de protection des mineurs à la télévision : la signalétique jeunesse et la classification des programmes. Dès sa création en 1982, le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA) avait pris conscience de la nécessité de protéger les enfants et les adolescents et avait élaboré une première directive. En 1996, il a fait le choix d'une signalétique. Au milieu des années 2000, il y a ajouté des indications d'âge explicites. La signalétique actuelle a été fixée dans une réglementation du 7 juin 2005, s'agissant des services de télévision, et dans une délibération du 20 décembre 2011, pour ce qui est des services audiovisuels à la demande, que sont la télévision de rattrapage et la vidéo à la demande. Ainsi, qu'il soit diffusé sur M6 ou sur 6play, l'épisode d'une série sera accompagné de la même signalétique.

Cinq catégories de programmes ont été définies : tout public, déconseillé aux moins de 10 ans, de 12 ans, de 16 ans et de 18 ans. À ces catégories correspondent des restrictions horaires. En journée, seuls les programmes tout public ou déconseillés aux moins de 10 ans peuvent être diffusés, ces derniers ne devant pas l'être pendant les programmes jeunesse. Sauf exception, les programmes déconseillés aux moins de 12 ans ne peuvent pas être diffusés avant vingt-deux heures, et pas avant vingt-deux heures trente pour les programmes déconseillés aux moins de 16 ans. Il y a également des interdictions suivant les jours, pour protéger efficacement les mineurs.

Ce sont les chaînes qui classifient les programmes avant leur diffusion. À la demande de l'Arcom, elles ont constitué des comités de visionnage en leur sein. Pour les aider, l'Arcom a établi un certain nombre de critères, qui devaient rester le plus souple possible pour s'adapter aux contenus et à l'évolution de la société : le nombre et la nature de scènes violentes, leur caractère gratuit ou indispensable au scénario, la violence envers des enfants, la représentation des actes sexuels, la psychologie des personnages, la mise en scène, le traitement de l'image, la bande sonore.

L'Arcom vérifie après diffusion la pertinence des classifications retenues par les chaînes et le respect des horaires de programmation. Les interventions courantes prennent la forme d'une lettre de rappel, qui a pour préalable une procédure contradictoire, l'idée étant pour le régulateur d'agir par la voie du dialogue. Si elle intervient toujours *a posteriori*, elle a néanmoins une efficacité certaine, les chaînes rectifiant la signalétique et les horaires de programmation si nécessaire.

Les actions de sensibilisation se traduisent par deux campagnes annuelles portant sur la signalétique, l'idée étant d'expliquer au grand public le dispositif de protection télévisuelle des mineurs. Cette campagne a lieu tous les ans à partir du 20 novembre, pendant trois semaines au minimum, de façon obligatoire par toutes les chaînes de télévision, ainsi que par tous les services de médias audiovisuels à la demande. La campagne « Enfants et écrans », quant à elle, est centrée sur le rapport des enfants aux écrans, envisagé au prisme de la

question des modes de consommation. Ce sont des conseils mais également des règles d'usage pour les plus grands. Toutes les chaînes y participent chaque année. Depuis les dernières années, la plupart des chaînes utilisent le même message, mis à disposition par France Télévisions, pour lui donner plus de puissance.

Pour conclure, la protection du jeune public relève d'une responsabilité partagée entre les télévisions, les parents et l'Arcom.

Mme Anne Lefebvre, psychologue clinicienne, présidente de l'Association pour l'éducation à la réduction du temps écran. Psychologue clinicienne, j'ai longtemps exercé en pédopsychiatrie, du bébé à l'adolescence. L'association que je préside existe depuis 2014. Elle s'est implantée sur le territoire du 19^e arrondissement de Paris, à partir du déploiement du défi des dix jours sans écran, en collaboration avec Jacques Brodeur, un Québécois qui a modélisé les pratiques qui se sont ensuite généralisées sur le territoire. Je précise enfin que je viens à la place de Janine Busson qui a sa propre association dans le nord de la France et milite depuis très longtemps sur cette thématique.

Nous déplorons à la fois le contenu des programmes et le temps d'écran. Les dessins animés restent majoritairement faits de rythmes, de sons et d'images saccadés, qui ne correspondent pas aux besoins des enfants et sont conçus pour les capter le plus longtemps possible. Les formats sont souvent un tunnel de plusieurs épisodes, devant lesquels les enfants restent captifs au-delà du nécessaire ; et les parents se retrouvent en difficulté face à une offre à jet continu. L'offre à six heures du matin n'a pas lieu d'être pour des enfants, puisque toutes les recherches internationales montrent que regarder un petit dessin animé avant d'aller à l'école abîme l'attention secondaire requise pour les apprentissages. Il faudrait programmer les dessins animés pour les jeunes enfants à la sortie de l'école ou pendant les vacances, et non pas à jet continu. Les familles se retrouvent débordées, impuissantes qu'elles sont à réguler la consommation d'écran.

La question de la captation par le neuro-marketing se pose également. Il s'agit de la façon dont des contenus de promotion apparaissent incidemment : Oui-Oui qui prend une tablette tactile tout seul ou Garfield vautré avec de la malbouffe devant la télévision. Ces contenus inclus dans les dessins animés font l'apologie d'une pratique qui n'est pas conforme aux besoins des enfants. Or les enfants s'identifient à ces personnages et sont pris par quelque chose qui les dépasse. De la même façon, quand les publicités sont trop proches d'un dessin animé, le jeune enfant ne fait pas la différence avec le dessin animé. Il est ainsi content de retrouver les produits dérivés et devient un acteur des achats des familles, ce qui est très problématique. Cette pression d'achat fait en effet intrusion dans la relation parents-enfant, en défaveur de l'autorité parentale, qui n'a plus la main. Ces mécanismes sont bien connus. Cela abîme et fatigue les familles au quotidien.

Avant l'adolescence, les écrans contribuent à formater un âge qui n'existe pas vraiment, qui n'existe qu'au sens du marketing : celui de la préadolescence, qui incite les jeunes à se transformer, avant même la transformation pubertaire, en de futurs acheteurs – de sacs à main et de produits féminins pour les filles, d'autres produits pour les garçons. Les familles en sont dépassées. Tout cela est fabriqué par la télévision et par les contenus numériques au sens large. Cela n'appartient pas à la transmission familiale mais devient une norme sociale dans laquelle les enfants s'engouffrent. D'autres éléments sont très connus : bain d'incitation à la culture du viol ou aux violences sexistes et sexuelles, au racisme, dans des émissions de piètre qualité, du type télé-réalité. Ces contenus nous posent problème.

La télé, éventuellement la télé publique, aurait une mission d'éducation à un usage raisonné des écrans, qui nous paraîtrait salutaire. Elle pourrait relayer qu'il faut préserver le sommeil, réduire le temps d'écran à une quantité qui n'empiète pas sur les devoirs scolaires, sur l'aide aux tâches domestiques quotidiennes, sur la vie sociale et familiale ainsi que la communication intrafamiliale. Il serait de salubrité publique que des campagnes très simples soient menées sur des canaux publics. Qu'ils offrent par ailleurs des contenus de qualité serait à l'honneur du service public, en contraste avec les produits plus marchands des chaînes privées.

M. Serge Tisseron, psychiatre, président de l'association « 3-6-9-12 -Apprivoiser les écrans et grandir ». Ma première proposition, c'est d'informer les familles. Le temps d'écran des plus petits, avant 3 ou 4 ans, est un excellent indicateur du temps d'écran ultérieur. Plus un enfant consomme d'écran de télévision petit, plus il consommera d'écrans de toutes sortes plus tard. Quand quelqu'un lui offrira une tablette, il ne voudra pas perdre les avantages acquis, comme c'est bien connu en France, et gardera donc son temps de télévision auquel il ajoutera le temps de tablette ; de la même façon plus tard, avec le temps de smartphone. La réduction du temps d'écran chez le tout-petit est une mesure prioritaire, parce qu'elle a des conséquences bien au-delà. Cela signifie informer les parents par tous les moyens possibles – affiches, emballages des produits numériques.

Le fait qu'on ait beaucoup lutté contre les chaînes de télé pour les enfants de moins de 3 ans ne veut pas dire que tous les programmes leur soient totalement inadaptés – n'oublions pas que les chaînes de télé spécifiquement dédiées aux enfants de moins de 3 ans n'avaient que des programmes très abrutissants. Des études montrent que certains programmes peuvent être intéressants sur de toutes petites périodes.

Les produits dérivés sont un énorme problème : ils transforment nos enfants en prescripteurs familiaux de produits dont ils ne connaissent pas les tenants et les aboutissants. Comme ils les ont vus à la télé, ils les défendent mordicus à leurs parents qui finissent parfois par céder. Cela est répété depuis plusieurs années, mais rien n'a guère changé.

Pour en revenir à la signalétique, beaucoup de parents pensent que, si un film n'est pas interdit aux moins de 12 ans et qu'il passe en première partie de soirée ou *prime time*, il est forcément adapté à leur enfant de moins de 12 ans. C'est un énorme problème. Mme Frédérique Bredin m'avait chargé d'une mission en 2018 pour penser la question des enfants et des écrans à l'heure numérique. À l'époque, j'avais proposé que l'actuelle commission de classification du cinéma, qui impose des interdictions ayant valeur de loi, soit redoublée par une commission de classification enfant qui, pour les films désignés comme des films pour enfants par les producteurs et les réalisateurs, statuerait sur les âges préférables. Cela n'aurait aucune valeur obligatoire, comme l'évaluation selon la norme *Pan European Game Information* (PEGI) pour les jeux vidéo, mais une valeur indicative. Cette commission pourrait d'ailleurs s'appuyer sur les préconisations des producteurs et des réalisateurs, qui sont les mieux placés pour savoir ce qu'ils ont fait, jusqu'à ce que preuve soit donnée qu'ils avaient trompé sur le contenu de leur programme. Ces préconisations pourraient être enrichies de pictogrammes sur le modèle PEGI : « contient des actes violents », « contient des propos problématiques », « contient des scènes qui peuvent faire peur ».

L'éducation, ce n'est pas seulement les enfants, c'est aussi l'école. Vous avez peut-être lu dans la presse que l'Estonie, qui a la quatrième place mondiale en mathématiques et la cinquième en compréhension d'écrit, familiarise très tôt les enfants avec le numérique. Ce qui est important, c'est d'élever les enfants dès l'élémentaire à comprendre à la fois comment

fonctionne le numérique, notamment les algorithmes dans les jeux vidéo, qui les amènent à jouer toujours plus longtemps et à acheter toujours plus de produits virtuels dans les jeux à premier accès gratuit ou *free-to-play*, et comment le cerveau est manipulé par ces algorithmes. Plus un enfant sera tôt informé sur la façon dont le cerveau est manipulé, plus il aura des éléments pour se protéger. L'avenir dans le numérique appartient à ceux qui en connaîtront les enjeux.

Pour les ados, il y a d'autres campagnes.

Je voudrais également dire l'importance de former des personnes ressources. Il y a beaucoup d'intervenants sur lesquels les parents, les enfants pourraient s'appuyer : les enseignants, s'ils étaient formés au numérique dans les instituts nationaux supérieurs du professorat et de l'éducation (INSPE) ; les professeurs documentalistes sur lesquels on ne s'appuie pas assez ; les psychologues de l'éducation nationale, dont la formation a été repensée, mais qui pourrait l'être encore plus dans le sens de l'éducation au numérique ; le fameux service sanitaire, qui joue un rôle important et qui pourrait être encore plus développé.

La politique de la ville doit également prendre sa part. Les enfants qui ne vont pas en crèche courent un plus grand risque de passer leur journée devant la télé. Il faudrait des crèches ou des équivalents disponibles pour tous les enfants, et des espaces de jeu collectif pour les plus grands – parcs, aires de jeu, *etc.* J'insiste toujours sur l'ouverture des gymnases et des cours de récréation des écoles. Il est scandaleux de voir des enfants jouer au ballon dans la rue, au milieu des voitures, devant une école fermée le samedi et le dimanche, alors qu'ils pourraient jouer dans sa cour. Le même raisonnement vaut pour les bibliothèques.

M. Philippe Bony, président de Gulli, directeur général des chaînes thématiques du groupe M6. La chaîne Gulli diffuse chaque jour depuis près de vingt ans des programmes à destination des enfants. La protection du jeune public est une obsession quotidienne pour toutes nos équipes. Gulli est la chaîne préférée des familles pour ses programmes jeunesse. C'est celle en laquelle les parents ont le plus confiance, ce qui nous donne une énorme responsabilité, dont nous avons tout à fait conscience. Notre chaîne a pour mission d'accompagner, de divertir, d'éduquer les enfants et leur famille, de créer du lien entre les générations, de transmettre chaque jour des valeurs positives de bienveillance, de tolérance et de respect. Dans un univers où se multiplient les offres payantes de toutes sortes, Gulli est accessible gratuitement, sur le réseau hertzien, et elle est, après TF1, la chaîne la plus regardée en France par les enfants de 4 à 14 ans.

Comme vous le savez, les chaînes du groupe M6 ne perçoivent aucun financement public. L'essentiel de nos ressources vient de la publicité, laquelle, pour les chaînes de télévision, fait l'objet d'un encadrement particulièrement strict. Ces ressources nous permettent de financer nos programmes, notamment une filière de l'animation française, extrêmement vertueuse et développée. Le groupe M6 a ainsi renouvelé en 2023 son accord avec cette filière essentielle de l'animation, avec un engagement à hauteur de 1,3 % du chiffre d'affaires de l'ensemble des chaînes de télévision du groupe. C'est Gulli qui porte l'essentiel de cette obligation. Même si notre programmation est très diversifiée, avec du cinéma, de la fiction et des émissions, elle comporte beaucoup de dessins animés, qui sont, de loin, le programme préféré des enfants de moins de 12 ans.

Chaque année, 2 000 heures de programmes d'animation française y sont diffusées, dont 1 500 heures entre six heures et dix-neuf heures. Ces productions d'animation font l'objet d'un soin très particulier, avec une équipe de préachat entièrement dédiée, composée

d'experts, qui suivent ces productions depuis de nombreuses années, en accordant une attention particulière aux valeurs de tolérance et de respect et à la lutte contre les stéréotypes de genre, afin d'essayer de prendre en compte ce qui est important pour la santé des enfants – le sport, la limitation de l'utilisation des écrans, l'alimentation. Sur le reste de notre programmation, l'orientation est assez simple : à tout moment, l'ensemble de nos programmes doit pouvoir être vu par des enfants.

Vous l'aurez compris, notre conviction, c'est que l'un des moyens essentiels d'assurer la protection du jeune public, c'est d'abord d'exercer notre responsabilité éditoriale sur l'ensemble des programmes diffusés. À titre personnel, en tant que président de Gulli, je suis pénalement responsable de tous les programmes diffusés à l'antenne. Le cas échéant, je dois évidemment rendre des comptes devant l'autorité de régulation et devant les tribunaux.

Cela peut paraître évident mais, si vous aviez convié les représentants de groupes internationaux comme Google, YouTube, Meta ou TikTok, ils vous auraient probablement plutôt parlé de leur algorithme de modération. Une chose est sûre : ils n'engageraient pas leur responsabilité éditoriale sur tous les contenus qu'ils diffusent. Pourtant, la protection de nos enfants est un sujet extrêmement important. Cela fait une différence majeure entre eux et les éditeurs de télévision, qui sont choisis et contrôlés par l'Arcom pour exploiter les fréquences de la TNT.

Les principaux risques qui hantent de nombreuses familles sont l'exposition de leurs enfants à des contenus inappropriés à caractère pornographique ou violent, les campagnes de harcèlement, qui sont destructrices, ou encore la pédocriminalité. Heureusement, sur l'ensemble des chaînes de la TNT, les enfants sont protégés de ces fléaux ainsi que des multiples arnaques et publicités mensongères qui inondent les réseaux.

Nous considérons non seulement que nos chaînes ont une responsabilité très importante, mais également qu'elles constituent un rempart contre des dérives néfastes. À ce titre, il nous semble qu'elles devraient être soutenues et même protégées pour leur permettre d'affronter une concurrence internationale de plus en plus forte. Celle-ci échappe en grande partie à la régulation française, ce qui crée des asymétries dangereuses pour l'avenir même de nos entreprises. Il n'est évidemment pas question pour nous de remettre en cause toutes les règles de protection du jeune public mais il nous semble important de permettre à l'ensemble des services de télévision d'assurer leur avenir et leur développement, et surtout de lutter contre la concurrence internationale.

M. Vincent Navarro, directeur général adjoint chargé des antennes du groupe Canal+. Le groupe Canal+ édite trente chaînes en France, dont sept sur la TNT. J'ai la responsabilité de la programmation et de la tenue de ces antennes dans le cadre des obligations inscrites dans notre convention.

Je souhaite tout d'abord apporter des précisions quant à la place de la jeunesse sur les antennes du groupe Canal+. Si nous ne proposons pas de rendez-vous jeunesse sur nos chaînes de la TNT, nous rediffusions certaines collections issues de nos chaînes thématiques centrées sur la jeunesse, essentiellement lors des vacances scolaires d'été et d'hiver.

En matière de protection des jeunes publics, l'action du groupe Canal+ s'inscrit en responsabilité partagée avec le régulateur dans le cadre réglementaire prévu par la loi, repris dans nos conventions et contrôlé par l'Arcom. Ces règles imposent de respecter une signalétique jeunesse, classée par tranches d'âge. Celle-ci implique des messages

d'avertissement, des contraintes horaires de diffusion, un système de verrouillage obligatoire pour les programmes de catégorie 5 – autrement dit un système de contrôle parental sur l'ensemble de nos supports. Nous appliquons également les règles de protection des mineurs participant à des émissions de télévision telles qu'elles sont précisées dans la délibération du 17 avril 2007 du CSA.

Le cadre réglementaire prévoit également la mise en place de comités de visionnage internes afin que les chaînes de télévision classifient elles-mêmes leurs programmes avant de les diffuser. Le groupe Canal+ a institué un comité par groupe de chaînes : chaînes payantes premium – essentiellement les chaînes Canal+ –, chaînes thématiques et chaînes gratuites. Cette décomposition est liée aux contraintes spécifiques de chacune des chaînes, en fonction de leur convention, toutes les chaînes n'ayant pas les mêmes obligations.

Par ailleurs, nous sommes tenus à la diffusion annuelle de campagnes de sensibilisation et d'éducation du public. Le paysage audiovisuel de la TNT assure aujourd'hui une protection satisfaisante des jeunes publics, garantie par un régulateur disposant d'outils et de moyens de contrôle dédiés. Nous considérons néanmoins qu'il existe des risques face aux reports par les chaînes publiques de leurs réflexes de consommation de contenus vers les espaces numériques non régulés ou à trop faible mesure.

M. Pierre Siracusa, directeur des jeunes publics, de l'éducation et de l'animation au sein de France Télévisions. La protection des enfants exposés aux écrans est un enjeu essentiel, autant que celui de la qualité de l'offre de programmes qui doit leur être proposée afin de les accompagner dans leur développement.

En tant que média de l'audiovisuel public, notre responsabilité est double. Nous devons tout d'abord respecter pleinement nos obligations en matière de protection des jeunes publics. Par ailleurs, nous avons des missions propres, qui sont définies dans la loi du 30 septembre 1986 et dans notre cahier des charges fixé par décret : proposer une chaîne – France 4 – dédiée en journée à la jeunesse, développer une offre de programmes jeunesse riche et diversifiée, proposer des programmes d'éducation aux médias et à l'information, favoriser l'apprentissage des langues étrangères. Enfin, nous devons rester le premier investisseur dans les programmes jeunesse. Chaque année, nous investissons 32 millions d'euros dans l'animation, ce qui nous confère une majorité de programmes français et dont nous maîtrisons l'éditorial.

Notre spécificité est de proposer une offre totalement sans publicité dans et aux abords des cases prévues pour les programmes jeunesse, ce qui nous amène parfois à faire des choix innovants, allant au-delà de l'animation, avec des émissions incarnées, c'est-à-dire présentées par des vraies personnes qui s'adressent directement aux enfants, se mettent à leur hauteur pour leur parler et les écouter. Elles sont notre spécificité et notre fierté. Nous avons d'ailleurs lancé un nouveau programme cette année qui, à ma connaissance, est le seul de son genre en France et en Europe : « T'es au top ». Cette émission, présentée par Théo Curin, est un témoignal, c'est-à-dire que des enfants viennent parler de leurs petits problèmes, qui sont des vrais problèmes de l'enfance. C'est une émission d'écoute et d'accueil, qui tend un miroir aux enfants téléspectateurs. C'est la première émission qui donne une parole ouverte aux enfants. Nous avons à cœur de les aider à bien grandir et de rester pour les parents un tiers de confiance.

M. Yann Labasque, directeur des programmes jeunesse du groupe TF1. Je suis directeur des programmes jeunesse de TF1, précisément des cases enfants de Tfou. Les

programmes jeunesse occupent une place importante dans le groupe TF1 puisqu'ils s'adressent à un public qui est une composante essentielle de la famille. L'offre Tfou répond à une double promesse, à savoir apporter du divertissement aux enfants et être un label de confiance pour les parents. Cette case historique d'animation, diffusée sur TF1 depuis une quinzaine d'années, a été étendue à TFX au début du mois de janvier.

Selon les obligations définies dans la convention signée avec l'Arcom, TF1 doit proposer 750 heures de programmes jeunesse par an, dont 650 heures d'animation, et TFX 150 heures par an. Nous proposons également une offre de programmes jeunesse à la demande sur TF1+ – ex My TF1 –, avec un espace sécurisé pour les enfants. Nous proposons des programmes phares, avec des marques reconnues du public. Tfou diffuse une trentaine de séries par an. Nous préachetons environ six nouvelles saisons ou séries françaises par an, avec des héros qui peuvent connaître des succès mondiaux comme *Miraculous* ou *Barbapapa*. Nous nous adressons au public des 4 à 10 ans, le cœur du public étant les 5 à 8 ans.

Le groupe TF1 est l'un des principaux contributeurs financiers du secteur de l'animation. Nous entretenons une relation historique avec ses acteurs en signant des accords qui pérennisent notre investissement à hauteur de 5,2 % de notre obligation jusqu'en 2025. Nous mettons en particulier l'accent sur les programmes d'animation d'expression française, que nous préfinançons. Nous suivons un processus de fabrication des programmes en collaboration étroite avec les producteurs d'animation dans l'élaboration des histoires qui sont racontées sur nos antennes. Une équipe de trois conseillers artistiques intervient tout au long de la production pour valider la moindre ligne de dialogue de chacun des épisodes. Il y a un visionnage final par une psychologue sur le montage final rendu des épisodes pour s'assurer que le programme est indiqué pour le jeune public.

Pour les programmes jeunesse, comme pour l'ensemble des programmes de TF1, la conformité se positionne très en amont et accompagne le projet jusqu'à la mise à l'antenne pour s'assurer qu'il respecte toutes les règles. Pour les éditeurs français, en particulier linéaires, les règles sont très strictes et contrôlées par l'Arcom. Nous sommes particulièrement vigilants concernant les règles applicables en matière de protection de l'enfance, qui sont encore plus strictes, au même titre que la signalétique. Nous avons des engagements très précis également concernant l'intégration des communications commerciales en contexte de programmes jeunesse.

M. Aurélien Saintoul, rapporteur. Je commencerai par l'une de mes marottes : le droit au repos. Pourquoi laisser Gulli émettre jusqu'à minuit, sans interruption des programmes destinés aux enfants ? Si l'on considère que les enfants doivent dormir tôt, ce n'est peut-être pas une bonne idée.

Mme Alexandra Mielle. C'est une discussion conventionnelle entre le groupe et l'Arcom. Nous pourrions vous donner des éléments complémentaires ultérieurement.

M. Philippe Bony. Les programmes de Gulli diffusés à partir de vingt heures ne sont en réalité plus destinés exclusivement aux enfants. Nous proposons des programmes à destination des enfants mais aussi des familles, avec des engagements très spécifiques auprès des parents. En soirée, nous nous adressons plutôt à un public adulte mais tous les programmes peuvent être visionnés par des enfants. Toutefois, nous indiquons nous-mêmes à l'antenne qu'il est souhaitable que les enfants se couchent tôt.

M. le président Quentin Bataillon. Nous souhaiterions avoir une réponse plus précise de l'Arcom concernant les conditions posées à Gulli s'agissant du public auquel s'adressent les programmes diffusés après vingt heures.

Mme Alexandra Mielle. Des exigences sont en effet fixées dans la convention conclue entre l'Arcom et Gulli. À quels éléments en particulier pensez-vous ?

M. le président Quentin Bataillon. Comment différenciez-vous les programmes avant et après vingt heures ? Quel niveau de contrôle et de suivi exercez-vous pour vérifier que l'on s'adresse bien à un public plus âgé après vingt heures ?

Mme Alexandra Mielle. La distinction entre un programme jeunesse destiné aux enfants et aux adolescents et un programme familial est toujours délicate à établir, le premier s'adressant aux mineurs tandis que le second réunit adultes et enfants autour d'un programme commun, avec une consommation commune.

Le travail de définition a été réalisé par l'autorité de régulation au début des années 2010, lorsque les dispositions en matière de jeux d'argent et de hasard ont nécessité de déterminer ce que recouvraient de tels programmes. Destiné à un jeune public, un programme jeunesse s'intéresse à ses préoccupations, utilise des codes que les enfants peuvent comprendre, est diffusé à des horaires adaptés, *etc.*

M. le président Quentin Bataillon. Concernant la diffusion de publicités, l'Arcom fait-elle une différence entre avant et après vingt heures, par exemple sur Gulli ? Les produits peuvent-ils être les mêmes ? Les exigences ou les attentes sont-elles différentes ?

Mme Alexandra Mielle. Votre question concerne-t-elle tous les services de télévision ?

M. le président Quentin Bataillon. Oui, elle n'est pas spécifique à Gulli.

Mme Alexandra Mielle. Les textes ne distinguent pas selon les horaires de diffusion puisque les messages publicitaires sont très encadrés. Un décret du 27 mars 1992 fixe les obligations des services de télévision en matière de publicité, de parrainage et de téléachat. Les messages devant être adaptés à tous les publics en journée, il n'est donc pas nécessaire d'opérer cette distinction. Seuls les produits et les services exclusivement destinés à un public adulte doivent être diffusés à des horaires adaptés, mais cette catégorie de programmes est tout de même très limitée et n'a absolument pas sa place sur Gulli.

M. Aurélien Saintoul, rapporteur. On a constaté un glissement du prime time de 20h45 à environ 21h15. Le Défenseur des enfants en a-t-il constaté des effets, par exemple sur le manque de sommeil des enfants et des jeunes ?

À quoi peut être dû, même si j'ai ma petite idée, ce glissement du prime time dans la soirée ?

M. Éric Delemar. Si je n'ai pas d'éléments précis concernant le prime time, je peux tout de même affirmer que l'omniprésence du numérique, en perturbant les rythmes circadiens de l'enfant, provoque divers troubles – troubles de l'attention et des apprentissages, irritabilité... Cela relance la question des rythmes et des contenus scolaires : comment apaiser les enfants arrivant à l'école ? Certaines initiatives ont été lancées pour adapter l'école à la

société, pour des raisons parfois autres – précarité, petit-déjeuner à l'école – afin de s'adresser non plus seulement à l'élève mais à l'enfant. C'est un point fondamental.

La Défenseure des droits n'a pas vocation à intervenir dans la manière dont les familles organisent la vie de l'enfant. Nous sommes là pour vérifier comment les institutions protègent le développement de l'enfant. Je souhaite toutefois formuler une recommandation : nous devons absolument changer de paradigme sur les unités d'accueil petite enfance et sur les crèches. Tous ces lieux ne doivent plus être pensés comme un mode de garde, c'est-à-dire d'abord comme un service rendu aux parents, mais comme un mode d'éveil. Je vous invite à vous rendre dans les pays proposant des unités d'accueil petite enfance, parfois jusqu'à l'âge de 7 ans : lorsque les enfants évoluent dans la nature, manipulent des objets et prennent plus de risques, ils sont en meilleure santé et, à chaque fois, on observe un éloignement des premières expositions aux écrans.

À ce premier changement de paradigme, il convient d'en ajouter un deuxième : il faut arrêter de penser le soutien à la parentalité uniquement sous l'angle du soutien aux parents défaillants. Cela doit être fait en première intention. Reporter l'entièreté de la responsabilité sur les parents, quand nos institutions n'ont plus les moyens, ne sont pas suffisamment formées ou sont organisées en silo, me semble être une erreur. La question de l'enfant doit être au cœur de l'école. Penser que l'école ne s'occupe que d'élèves est obsolète.

M. Aurélien Saintoul, rapporteur. Les publicités pour les jeux d'argent sont prohibées sur les chaînes destinées non pas exclusivement mais prioritairement au jeune public. Avez-vous observé si cela était efficace à l'égard des jeunes publics sur les chaînes généralistes ? Mon expérience de professeur du secondaire me fait dire que c'est le cas mais si vous disposez d'éléments appuyant cet avis, c'est le moment de les partager.

M. Éric Delemar. Vous me donnez l'occasion de nommer divers outils que le Défenseur des droits a mis en œuvre, comme la plateforme sur le numérique, qui s'appelle Educadroit. Elle s'adresse à tous les pédagogues – parents, enseignants, éducateurs, animateurs – et propose par exemple des petits dessins animés à destination des 6 à 11 ans.

Si l'on veut que les droits de l'enfant deviennent un sujet politique, il faut les médiatiser. Nous n'avons jamais autant entendu parler des violences faites aux enfants que depuis que des campagnes ont été lancées sur ce sujet. Nous pourrions sans doute mettre le paquet de manière similaire sur la prévention et la protection à l'ère numérique.

M. Aurélien Saintoul, rapporteur. Ma prochaine question s'adresse aux éditeurs. Les enfants les plus jeunes, qui sont de futurs consommateurs et des prescripteurs d'achats, constituent-ils une cible privilégiée des annonceurs publicitaires ? Quel chiffre d'affaires ce marché représente-t-il ? J'imagine que chaque éditeur possède une régie publicitaire qui commande des études. Certaines portent-elles spécifiquement sur le public infantin ? Combien d'entre elles traitent-elles de ce sujet ? Pourriez-vous nous les transmettre à l'issue de cette audition ?

M. Yann Labasque. Je ne peux pas répondre concernant le nombre d'études consacrées au public infantin. La régie publicitaire est en train d'analyser les chiffres d'affaires réalisés par genres. Les résultats vous seront transmis par la suite.

M. Aurélien Saintoul, rapporteur. J'apprécie la témérité du groupe TF1, qui a choisi de répondre en premier, mais j'attends une réponse des autres.

M. Philippe Bony. Le marché publicitaire dédié au public des 4 à 14 ans est évalué à environ 2 ou 3 % du marché publicitaire total. Les études que nous réalisons concernent moins les régies publicitaires que les chaînes elles-mêmes, afin de nous aider à adapter la programmation à l'évolution tant du comportement des enfants que de la parentalité.

Nous avons ainsi réalisé une étude un peu spécifique sur les changements de parentalité de la nouvelle génération. Les milléniaux sont désormais en âge de devenir parents. Ce qui change fondamentalement leur exercice de la parentalité, c'est leur maîtrise des écrans, des téléphones mobiles et des réseaux sociaux. Cette génération née avec le numérique ou *digital native* est en effet née avec ces nouveaux outils, alors que la génération précédente a connu quelques problèmes car leurs enfants en savaient souvent beaucoup plus qu'eux sur l'utilisation des réseaux. Nous avons aujourd'hui affaire à une nouvelle génération de parents, ce qui peut avoir un effet positif sur la maîtrise des écrans et sur l'utilisation de tous les outils qui sont mis à disposition.

Nos offres digitales, qu'elles soient sur les téléphones mobiles ou sur nos réseaux non linéaires, assurent des espaces sécurisés avec des systèmes permettant aux parents de bien maîtriser le temps et l'utilisation de ces réseaux.

Mme Céline Calvez (RE). Concernant le calcul de l'audience des plus jeunes, peut-on réellement savoir qui se trouve devant l'écran ? Quelles sont les données à disposition pour apprécier si la consommation se fait de façon solitaire ou bien accompagnée par des adultes ? Peut-on mesurer la qualité de l'audience, sachant que l'on peut être plus ou moins passif devant un écran ?

S'agissant de la protection du jeune public, comment associez-vous celui-ci à l'appréciation de ce qui est préférable pour lui ? Les jeunes sont certes de futurs citoyens mais dans quelle mesure tient-on compte de leur avis concernant leur aventure télévisuelle ?

M. Éric Delemar. Dans notre pays, où la protection des droits est forte et où certains droits sont même constitutionnels, tels le droit à l'éducation ou le droit à la santé, la Convention internationale des droits de l'enfant a constitué un changement majeur de paradigme avec les articles 3 et 12, relatifs à l'intérêt supérieur de l'enfant et à la prise en compte de la parole de l'enfant, qui doit être associé à tous les sujets qui le concernent. Or force est de constater que les enfants sont régulièrement considérés comme des objets de droit.

Ayant régulièrement l'occasion de me rendre au Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC), je ne peux que soutenir la création d'une commission consacrée plus spécifiquement à la jeunesse. Il est en effet surprenant de constater que les débats qui s'y déroulent concernent moins la protection des enfants que les interdictions et les avertissements en fonction des catégories d'âge, même si le débat contradictoire permet de parvenir à des positions assez justes.

Il est fondamental d'associer les enfants aux politiques publiques. C'est ce que nous avons fait l'année dernière, 4 000 enfants ayant participé à la rédaction du rapport que nous avons remis avec la Défenseure des droits. Leur parole a été complètement intégrée dans ce rapport, au même titre que celle des experts. Il s'agit d'enfants que nous avons entendus dans différents cadres – conseils municipaux d'enfants, élèves de CM2 provenant de cinquante écoles et suivis pendant un an, éducation populaire – ainsi que d'enfants en situation de vulnérabilité – protection de l'enfance, prévention spécialisée, handicap, protection judiciaire

de la jeunesse. Nous nous sommes même rendus dans six établissements pénitentiaires pour mineurs, où les jeunes étaient d'ailleurs très surpris que l'on s'adresse à eux. Or, bien qu'étant dans des lieux de privation de liberté, ils conservent des droits, notamment à l'éducation et à la santé.

Notre société a du mal à considérer l'enfant comme sujet de droit. Accompagner les enfants prend du temps, demande des moyens et des formations. Toutefois, même si la situation évolue – il existe désormais 2 000 conseils municipaux d'enfants dans les 35 000 communes de France –, il reste énormément à faire pour que la parole des enfants soit prise en considération et pour qu'ils soient associés aux enjeux de leur éducation.

M. Serge Tisseron. La question que vous avez posée est vraiment fondamentale. Que sait-on de l'avis des enfants sur ce qu'ils regardent ? On a parfois des surprises quand on le leur demande. Ils n'évaluent pas les programmes comme les adultes : ils sont parfois plus critiques, pensant par exemple que tel programme ne doit pas être montré à leur petit frère ou à leur petite sœur, alors que les fabricants de programmes ne les ont pas explicitement déconseillés ; et, dans d'autres cas, ils rigolent devant des interdictions qu'ils ne trouvent absolument pas adaptées.

Il existe, dans le monde anglo-saxon, un outil formidable : l'organisation et le site *Common Sense Media*. C'est un espace qui propose aux parents, aux experts et aux enfants de contribuer à la notation de tous les programmes. Ainsi, des pictogrammes permettent d'indiquer si un programme paraît dangereux en fonction des tranches d'âge. Quand je ne sais pas si un programme est conseillé pour mes enfants, je consulte *Common Sense Media*.

Nous avons cherché, avec l'association 3-6-9-12, Tralalère et Bayard, à lancer un *Common Sense Media* francophone. En effet, la francophonie concerne non seulement la France mais aussi l'Afrique, dont la démographie est galopante et qui est en grande majorité francophone. Le problème, c'est que nous avons fait un tour de table mais que nous n'avons pas réussi à trouver l'argent. Allez voir *Common Sense Media* : vous serez convaincus de son efficacité, parce qu'il permet de recueillir l'avis de tout le monde. Ces avis étant cumulatifs, ils ont donc une valeur statistique. Je souhaite que le Gouvernement s'empare de la question et parvienne à obtenir une contribution des grandes chaînes de télévision à la fabrication d'un *Common Sense Media* francophone.

Mme Anne Lefebvre. Je partage tout à fait l'intérêt que suscite cet outil et je serais ravie qu'il en existe un en langue française. Toutefois, cela ne répond pas tout à fait à la question que vous nous avez posée, à savoir comment contrôler qui est devant l'écran. Cette question me paraît tout à fait centrale. Le vrai problème, c'est de laisser un enfant seul devant un écran. C'est pour cette raison que les pédiatres nord-américains recommandent de ne pas en mettre dans leurs chambres. Il est important que les parents contrôlent à la fois le contenu des programmes et le temps que les enfants passent devant leur écran. Surtout, il est essentiel qu'il y ait un temps de verbalisation sur ce qui a été vu. Au cinéma, après avoir vu un film ensemble, on en discute. Si le jeune est seul devant son écran et qu'il ne parle avec personne, on ne sait pas ce qu'il a compris.

En consultation, on reçoit des jeunes qui ont des troubles du sommeil, qui ont peur du noir ou qui veulent dormir dans le lit de leurs parents – alors que certains peuvent avoir une dizaine d'années – parce qu'ils ont été exposés à des choses dont ils n'ont pas pu parler. Cela dit je ne sais pas du tout comment on pourrait, techniquement, s'assurer que des enfants ne sont pas seuls face à leur écran.

M. le président Quentin Bataillon. Je vais passer la parole à Serge Tisseron, qui souhaite réagir, mais j'aimerais aussi adresser une question aux éditeurs. Avez-vous des retours des jeunes publics sur les contenus qui leur sont proposés ? Y a-t-il, au-delà des mesures d'audience, des outils qui vous permettent d'adapter vos programmes ?

M. Serge Tisseron. Il faudrait peut-être se tourner vers Médiamétrie. Il y a quelques années, il était question de doter chaque membre de la famille d'un boîtier individuel. Je ne sais pas où en est ce projet, mais il pourrait être utile de les pousser à aller dans ce sens.

M. Philippe Bony. Effectivement, ce peut être une bonne idée de consulter Médiamétrie à ce sujet. Toutefois, d'après ce que j'ai compris, certaines règles juridiques empêchent que l'on vise spécifiquement les enfants. Pour la télévision, j'imagine que ce sont les parents qui indiquent quels membres de la famille se trouvent devant l'écran. Pour le digital, je crois qu'il existe des bracelets qui permettent d'identifier les programmes qui sont visionnés, mais les mesures d'audience qui sont faites par ce moyen ne concernent que les personnes âgées de 15 ans et plus.

Pour répondre à la question du président, nous réalisons à intervalles réguliers des études qualitatives, avec des cabinets spécialisés, pour savoir comment les enfants perçoivent nos programmes et y réagissent et pour déterminer ce qui leur plaît ou non, et pour quelles raisons.

M. Pierre Siracusa. Nous faisons souvent des études en amont, pendant la phase de conception des programmes, lorsque nous avons un pilote. Je prendrai l'exemple du magazine testimonial « T'es au top », que j'évoquais tout à l'heure. C'était au départ un projet très expérimental, puisque ce type d'objet n'existait pas. Nous nous posions beaucoup de questions sur la manière dont le public allait accueillir, à la fois l'exploration des petits troubles que viennent raconter les enfants invités, mais aussi les réponses complexes qui pourraient y être apportées. La réaction des enfants a été unanime : nous avons compris que cela ne les intéresse pas tellement d'avoir des réponses et des solutions aux problèmes qu'ils peuvent se poser – la perte d'un ami, un déménagement, *etc.* Pour eux, le simple fait d'entendre un enfant verbaliser les difficultés qu'ils peuvent rencontrer est déjà salutaire. Dans ce cas précis, c'est le test qualitatif qui nous a permis de bien préciser l'axe de notre émission.

J'aimerais aussi revenir sur les quelques bienfaits du numérique. Il fournit des données numériques bien plus précises – le fameux *big data* – que celles auxquelles on était habitué sur le linéaire. Il nous permet aussi de mieux contrôler et de mieux ajuster l'offre de programmes à l'âge de l'enfant. Dès sa création, nous avons introduit sur la plateforme Okoo, qui réunit toute l'offre jeunesse de France Télévisions, un système de réglettes. Pour entrer dans l'application, l'enfant doit donner son âge, et à chaque âge correspondent des programmes, adaptés au degré de maturité de l'enfant. Cette segmentation est l'une des grandes spécificités de l'offre de France Télévisions. Historiquement, avant même la fusion de toutes les chaînes, il y avait eu une répartition par tranches d'âge : France 5 proposait des programmes pour les plus petits, France 3 pour les primaires et France 2 pour les adolescents. Nous contrôlons le contenu de nos programmes et nous partons du principe qu'il n'y a pas un public jeunesse, mais une multitude de publics jeunesse. Le degré de maturité d'un enfant en maternelle n'a strictement rien à voir avec celui d'un enfant en fin de primaire : c'est pourquoi nous proposons des programmes qui suivent les différentes étapes de l'évolution de l'enfant.

Sur la plateforme Okoo, enfin, les parents peuvent contrôler le temps d'écran de leurs enfants.

M. Jérôme Guedj (SOC). Ma question s'adresse surtout à M. Deleamar. Il y a un an et demi, la Défenseure des droits s'était émue de ce que des personnes ayant acquis une certaine notoriété dans des émissions de télé-réalité aient ensuite exposé leurs enfants sur les réseaux sociaux. Cela rejoint la question des influenceurs, sur laquelle nous avons légiféré récemment, et j'ai conscience que ce n'est pas directement l'objet de notre commission d'enquête, qui porte davantage sur le respect de leurs engagements par les chaînes de la TNT. J'aimerais toutefois vous demander de quels outils le Défenseur des droits et les chaînes disposent pour éviter que des personnes qui apparaissent à la télévision – y compris des journalistes – exposent leurs enfants sur les réseaux sociaux.

M. Éric Deleamar. La prise de parole de la Défenseure des droits a fait suite à la publication du rapport annuel sur les droits de l'enfant, qui était consacré, en 2022, au droit à la vie privée. Pour le réaliser, nous avons consulté 1 500 enfants et de nombreux experts et professionnels de terrain. Ce que nous avons montré, c'est que les enfants triment leur vie privée sur eux, dans leur smartphone, et que cela peut créer une tyrannie de l'image – recevoir des *likes* pour exister. Autrefois, les photos des enfants ne sortaient pas du cadre familial ; désormais, elles se retrouvent sur les réseaux sociaux. Or on s'est aperçu que beaucoup d'enfants ont peur de dire à leurs parents ou à leurs grands-parents qu'ils n'ont pas envie d'être filmés en maillot de bain.

La Défenseure des droits a insisté sur la notion d'exemplarité et souligné que toutes les émissions qui mettent en avant des enfants sans leur demander leur avis les exposent à subir des formes de harcèlement lorsqu'ils seront plus grands. Sous le mandat précédent, lorsque Jacques Toubon était Défenseur des droits et Geneviève Avenard Défenseure des enfants, nous avons fortement soutenu la proposition de loi de votre collègue Bruno Studer sur la protection des enfants influenceurs, que leurs parents exposent pour gagner de l'argent. Il importe vraiment de considérer les enfants comme des sujets de droit : ils n'appartiennent pas à leurs parents. Nous avons tout quelque chose à dire à ce sujet en tant que citoyens mais c'est à la puissance publique de demander aux chaînes de télévision et aux réseaux sociaux de faire preuve d'exemplarité.

M. Aurélien Saintoul, rapporteur. Monsieur Siracusa, vous avez dit que les enfants ont des besoins différents selon leur âge et que l'offre devrait être plus segmentée. Pourquoi y a-t-il très peu de programmes destinés spécifiquement aux adolescents ou, disons, aux jeunes âgés de 12 à 14 ans ? Pourquoi les chaînes s'adressent-elles en priorité aux tout-petits ? De même, monsieur Labasque, vous nous avez dit que vos programmes concernent surtout les enfants âgés de 5 à 8 ans : pourquoi ?

M. Thomas Courcelle, directeur de la conformité des programmes du groupe TF1. Nos chaînes proposent une offre familiale, qui peut également s'adresser aux jeunes de 12 à 14 ans. Sur TFX, par exemple, nous diffusons des séries comme *Les Frères Scott* ou *Gossip Girl*, qui sont déclarées au titre de nos 150 heures de programmes jeunesse. Le programme « Star Academy » rencontre également un grand succès auprès des jeunes de 12 à 14 ans, ce qui montre que l'on peut toucher ce public à travers une programmation familiale, sans nécessairement produire des programmes qui lui sont directement destinés.

M. Pierre Siracusa. Les cases à destination des adolescents se sont éteintes au début des années 2000 sur France Télévisions ; elles étaient sur France 2. Depuis, on s'arrache un

peu les cheveux pour trouver un moyen de s'adresser vraiment à eux, sachant que cette population n'est pas vraiment dans une écoute conjointe, ni avec les parents, ni avec la petite fratrie. En réalité, ce que je dis n'est pas tout à fait vrai car, dans les premières années de la préadolescence, le statut de grand est assez difficile à supporter et nombre d'adolescents ont des phrases régressives – qu'ils ne revendiqueront jamais. Ce qui crée vraiment une bascule, c'est l'arrivée du smartphone personnel, qui intervient de plus en plus tôt, souvent avant la sixième, et qui détourne le préadolescent de l'offre linéaire.

Notre présidente a déclaré cet automne que ce serait le grand chantier de France Télévisions, et Stéphane Sitbon-Gomez a annoncé le triplement de nos investissements sur les publics de moins de 30 ans, le but étant de proposer une alternative à ce que nos adolescents découvrent sur les réseaux sociaux. Nous sommes en pleine réflexion et je n'ai pas encore de choses très concrètes à vous annoncer.

M. Vincent Navarro. Je vous l'ai dit, nous n'avons pas une offre jeunesse très développée sur nos chaînes de la TNT. C'est plutôt à travers nos piliers éditoriaux que nous essayons de parler aux jeunes âgés de 12 à 14 ans. Je pense bien sûr à nos émissions de flux, à nos rendez-vous sportifs – notamment le football –, mais aussi à nos séries et créations originales. Nos derniers grands succès sont des séries à destination du jeune public, comme *Validé*, de Franck Gastambide, ou *La Flamme* et *Le Flambeau* : développées avec Jonathan Cohen, ces deux séries présentent les programmes de télé-réalité sous un jour humoristique, ce qui amène à prendre du recul sur eux. C'est plutôt à travers ces programmes, qui sont des piliers de notre télévision payante, que nous nous adressons au jeune public.

M. Philippe Bony. Selon les mois, la chaîne Gulli est la quatrième ou la cinquième chaîne la plus regardée au niveau national par les enfants âgés de 11 à 14 ans. Ce public continue à regarder pas mal de dessins animés, mais nous avons aussi une programmation qui lui est spécifiquement destinée : je pense à l'émission « E=M6 Family » ou à des fictions comme *Malcolm* ou *Chica Vampiro*. Sur la chaîne linéaire, les programmes destinés aux adolescents sont plutôt diffusés en fin de journée, puisque nous vieillissons notre programmation au cours de l'après-midi : aux programmes qui correspondent à la sortie d'école succèdent, en début de soirée, des dessins animés destinés à un public plus large, comme *Totally Spies !*, puis une programmation qui correspond à des enfants un peu plus âgés.

Sur Gulli, nous changeons d'habillage à partir de vingt heures. La chaîne devient Gulli Prime ; elle ne s'adresse plus exclusivement aux enfants, mais à un public familial et aux parents.

M. Aurélien Saintoul, rapporteur. L'Arcom a rappelé à l'ordre le groupe Canal+ pour des manquements à la signalétique jeunesse sur l'émission TPMP en 2019, 2020, 2021 et 2022. Quelles dispositions ont été prises par le groupe pour éviter la reproduction de ces manquements ?

L'Arcom a également demandé à la chaîne Gulli de veiller à l'avenir au strict respect de la réglementation publicitaire, après que la chaîne a diffusé quatre-vingt-huit séquences de messages publicitaires non identifiés comme tels. Quelles dispositions ont été introduites pour éviter que le problème ne se reproduise ?

Enfin, depuis que la chaîne TF1 a lancé sa nouvelle matinale, « Bonjour ! », la programmation jeunesse a été décalée de six à sept heures, alors qu'elle allait auparavant de

six heures à huit heures trente. Cela vous paraît-il conforme à la lettre et à l'esprit de la convention, qui précise que l'éditeur offre des émissions destinées à la jeunesse aux jours et aux heures où ce public est disponible ?

M. Vincent Navarro. Canal+, ce n'est pas seulement C8, mais plus de trente chaînes éditées en France, dont sept sur la TNT, qui sont globalement irréprochables. Nous travaillons main dans la main avec l'Arcom afin de protéger le jeune public.

La chaîne C8 est soumise à une contrainte particulière, puisque la convention qui la régit prévoit un nombre minimal d'heures de direct à assurer. Or le travail de protection est plus difficile à gérer sur des émissions diffusées en direct que sur des programmes de stock. Néanmoins, nous avons introduit il y a un an des moyens de contrôle supplémentaires : désormais, un chargé de programme et un chargé de conformité suivent l'émission en direct et peuvent agir en cas de problème.

M. Philippe Bony. Avant de rappeler les faits, je signale que Gulli n'a pas fait l'objet d'une mise en demeure à ce sujet.

En janvier 2022, nous avons changé l'habillage de la chaîne, c'est-à-dire les éléments graphiques qui l'animent tout au long de la journée. Je rappelle qu'il est obligatoire qu'un jingle sépare les programmes et les écrans publicitaires. Sur Gulli, ce jingle est plus long que sur les autres chaînes, puisqu'il dure six secondes, contre seulement trois ou quatre habituellement. Même si ce n'est pas une obligation légale, nous avons fait le choix, avec l'Arcom, de faire apparaître le mot « publicité » sur ces jingles. Il se trouve qu'à l'occasion du changement d'habillage, une erreur s'est produite : à plusieurs reprises, le jingle a bien été diffusé, mais sans le mot « publicité ». Dès que nous nous en sommes aperçus, nous avons corrigé cette erreur et avons nous-même alerté l'Arcom. J'insiste sur le fait que le jingle a été diffusé à chaque fois et que seul manquait le mot « publicité ».

M. Yann Labasque. J'ai indiqué que le groupe TF1 respecterait son engagement de diffuser des programmes jeunesse à des heures où le public concerné est disponible, soit, selon les critères de l'Arcom, entre six heures et vingt-deux heures. Le public enfant est disponible le matin dès six heures. La prise d'antenne sur TF1, qui avait plutôt lieu en réalité à six heures vingt ou vingt-cinq, a été avancée à six heures et les programmes jeunesse durent jusqu'à sept heures. Nous avons tenu à maintenir un rendez-vous quotidien avec les enfants sous marque « Tfou » sur la chaîne TF1 et, pour respecter le volume horaire à l'année, nous avons étendu la diffusion des programmes jeunesse sur les cases du samedi, qui vont maintenant jusqu'à onze heures. Des extensions sont également prévues durant les vacances scolaires, à des moments où les enfants sont encore plus disponibles.

Cette prise d'antenne à six heures est pratiquée par nombre de nos confrères. La case qui va de six à sept heures sur TF1 est très performante et nous restons leader sur ce créneau, comme auparavant.

M. Aurélien Saintoul, rapporteur. J'imagine que certains d'entre vous ont des enfants. Leur imposez-vous des règles au sujet du visionnage de la télévision ? Limitez-vous leur temps d'écran ? Leur interdisez-vous certains programmes ?

M. Vincent Navarro. J'essaie de les encadrer. Il ne s'agit pas tant pour moi de formuler des interdictions que de prêter attention à ce qu'ils regardent et au temps qu'ils y consacrent. J'essaie aussi de les accompagner dans le décryptage : il est très important de les

aider à prendre du recul et à interpréter ce qu'ils ont vu. On a moins de prise sur ce qu'ils regardent sur les réseaux sociaux, mais je me dis que ce que nous faisons sur la télévision va aussi les aider à décrypter ce qu'ils voient sur les réseaux sociaux. À titre personnel, j'essaie de leur offrir un accompagnement global.

M. Yann Labasque. Mes enfants ont l'âge des publics pour lesquels je suis éditeur. Je suis certain que tous les diffuseurs présents autour de cette table, quand ils s'adressent à un public d'enfants, ont encore plus le sens de leurs responsabilités et adoptent une attitude protectrice. J'aurais donc tendance à faire confiance aux groupes audiovisuels. Je crois effectivement que ce qui est le plus problématique, ce sont les moments où les enfants visionnent des programmes tout seuls, sur des supports qui ne sont pas labellisés, qui ne font l'objet d'aucune modération, ni de l'attention éditoriale qui est la nôtre.

Mme Armelle Donné, directrice de la conformité des programmes du groupe M6. La signalétique jeunesse a été introduite par l'Arcom en 2005. Les enfants qui ont grandi avec cette signalétique arrivent à l'âge adulte en l'ayant complètement intégrée ; ils la connaissent.

M. Pierre Siracusa. Nos enfants ont eu la chance d'avoir des parents experts : nous avons été très attentifs à leur consommation quand ils étaient tout petits. Avec les *Zouzous*, France 5 a tenu la promesse qu'elle avait faite de proposer des programmes de qualité adaptés aux plus petits. Ce que l'on constate, c'est qu'à partir de 5 ou 6 ans, parce que l'enfant a une vraie envie d'autonomie et que les parents sont souvent moins disponibles, l'enfant se retrouve seul devant la télévision. Mon rêve, c'est de rééduquer les parents et de les inciter à s'intéresser à la consommation audiovisuelle de leurs enfants, au-delà de la maternelle. Nous devrions nous-mêmes réfléchir au moyen de nous adresser aux parents et de les inviter à s'intéresser, non seulement au temps que leurs enfants passent devant la télévision, mais aussi à la nature ces contenus qu'ils regardent.

M. le président Quentin Bataillon. Je vous remercie et vous propose de compléter nos échanges en envoyant au secrétaire de la commission tout document qui vous semblerait utile à nos travaux. Nous n'hésiterons pas non plus à revenir vers vous.

*

La commission auditionne des dirigeants du groupe Altice Media :

- *M. Arthur Dreyfuss, président-directeur général de Altice France*
- *M. Marc-Olivier Fogiel, directeur général de BFM TV*
- *M. Stéphane Sallé de Chou, directeur général de RMC Story et RMC Découverte*
- *M. Philippe Corbé, directeur de la rédaction de BFM TV*

M. le président Quentin Bataillon. Nous concluons cette journée par l'audition des dirigeants du groupe Altice Media, MM. Arthur Dreyfuss, Marc-Olivier Fogiel, Stéphane Sallé de Chou et Philippe Corbé.

Altice Media, autrefois NextRadioTV, a été créé en 2000 par Alain Weill et racheté en 2018 par le groupe SFR après que le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA) a agréé cette opération. Le groupe est présent sur le marché de la radio – RMC et BFM Business – et détient trois autorisations d'émettre sur la TNT nationale :

- BFM TV, retenue par le CSA le 14 décembre 2004 – son autorisation est reconduite hors appel à candidatures le 11 décembre 2019 pour une durée de cinq ans, jusqu’au 31 août 2025 ;
- RMC Découverte, retenue par le CSA lors de l’appel à candidatures du 18 octobre 2011 – son autorisation est reconduite hors appel à candidatures le 9 mars 2022 pour une durée de cinq ans, jusqu’au 11 décembre 2027 ;
- et RMC Story, issue du rachat en 2016 par le groupe Altice de la chaîne Numéro 23, retenue par le CSA lors de l’appel à candidatures du 18 octobre 2011 – son autorisation est reconduite hors appel à candidatures le 9 mars 2022 pour une durée de cinq ans, jusqu’au 11 décembre 2027.

Il détient également dix chaînes d’information émettant sur la TNT locale – le réseau BFM Régions.

Messieurs, je vous remercie du temps que vous nous consacrez. Avant de vous céder la parole pour une intervention liminaire, je vous remercie de nous déclarer tout intérêt public ou privé de nature à influencer vos déclarations.

L’article 6 de l’ordonnance du 17 novembre 1958 relative au fonctionnement des assemblées parlementaires impose aux personnes auditionnées par une commission d’enquête de prêter le serment de dire la vérité, toute la vérité, rien que la vérité.

(MM. Arthur Dreyfuss, Marc-Olivier Fogiel, Stéphane Sallé de Chou et Philippe Corbé prêtent successivement serment.)

M. Arthur Dreyfuss, président-directeur général d’Altice France. « Éditorialistes donneurs de leçons, chroniqueurs douteux, course au buzz, machine de propagande... Comment fonctionne vraiment la chaîne BFM TV ? » Voici comment le rapporteur de votre commission a parlé de BFM sur le réseau social X en début d’après-midi.

Nous nous présentons aujourd’hui devant vous avec tout le respect que nous devons à la représentation nationale et à votre commission d’enquête. Nous nous présentons devant vous avec tout le sens des responsabilités qui caractérise les dirigeants de la première chaîne d’information de France, respectueux du pluralisme. Ce sens des responsabilités nous a conduits à accueillir sur nos antennes votre rapporteur, neuf fois, et cinquante membres de son parti au cours des douze derniers mois. Permettez-nous donc de nous étonner en préambule de ce qui ressemble à des a priori, à un préjugement, à une caricature à la limite de l’insulte.

Sur le fond, cette audition est l’occasion pour nous de présenter un bilan de notre groupe sur la TNT.

Notre engagement dans le paysage médiatique a pris une dimension significative en 2015 lorsque Altice est entré au capital de NextRadioTV, puis en 2018 lorsque le CSA en a autorisé le rachat.

NextRadioTV, qui avait été créée en 2000 par Alain Weill, a réuni des marques puissantes, qui sont devenues des références – BFM, RMC et ses déclinaisons. Depuis 2015, notre engagement envers les Français n’a cessé de se renforcer. Nous avons travaillé pour innover et proposer des contenus d’information de qualité dans un environnement toujours plus concurrentiel. Nous avons lancé dix chaînes locales : à Paris, Lyon, Lille, Marseille,

Nice, Toulon, Strasbourg, dans les Alpes et en Normandie. Nous investissons massivement dans le numérique pour accompagner les évolutions des usages et du secteur.

Notre démarche est réfléchie. Elle associe médias traditionnels et numériques, informations nationales et locales, télévision et radio. Elle nous a permis de développer ces dix dernières années un groupe de médias incontournable, qui a vocation à s'inscrire durablement dans le paysage audiovisuel français.

Altice Media est le troisième groupe audiovisuel privé en France. 100 % des Français ont consulté l'une de nos antennes en 2023 – c'est l'une de nos spécificités – et nous rassemblons près de 50 millions de téléspectateurs chaque mois. Altice Media compte la première rédaction privée de France, avec plus de 800 journalistes. Notre expertise reconnue en matière d'information, qu'elle porte sur l'actualité nationale, internationale, économique, sportive, politique, sociale ou locale, s'accompagne d'une offre de documentaires et de connaissances avec RMC Découverte et RMC Story. Nous sommes le seul groupe dont l'offre est exclusivement tournée vers l'information, le sport et le documentaire.

Nos trois chaînes TNT sont rentables – cela fait aussi partie de nos spécificités –, ce qui nous permet d'investir et de croître. La rentabilité est une condition pour développer la meilleure offre pour le public. Depuis 2015, grâce à notre rentabilité, nous avons recruté et renforcé nos effectifs ; nous avons investi plus de 110 millions d'euros dans des documentaires français et européen ; nous sommes passés de quatre studios à une vingtaine, dotés du plus haut niveau de technologie.

La particularité d'Altice Media est de s'être construit sans ce que l'on appelle une chaîne mère, c'est-à-dire sans pouvoir compter sur des numéros de chaînes attractifs. Nous avons donc démarré dans une position de *challenger* qui nous a incités à être encore plus innovants et plus agiles pour développer nos marques et devenir davantage leader chaque année. Nous avons ainsi été pionniers dans les synergies entre nos offres télé, radio et numérique afin de proposer une expérience unique à notre public. L'audience de RMC est la plus jeune des radios généralistes. L'audience de BFM TV est la plus jeune des chaînes d'information. Nos contenus se démarquent par leur dimension populaire et fédératrice.

Nous avons démontré notre capacité à investir et à être précurseurs. Notre ambition de développement est forte. Nous avons été candidat en 2022 pour reprendre les chaînes TFX et 6ter. Bien que ce projet ait été interrompu par l'abandon du projet de fusion entre TF1 et M6, notre ambition et notre volonté de développement restent intactes.

Nous sommes particulièrement fiers de BFM TV, représentée ici par son directeur général Marc-Olivier Fogiel et son directeur de la rédaction Philippe Corbé. La marque BFM est devenue la référence de l'information en France. La chaîne doit sa réussite aux femmes et aux hommes de sa rédaction, soit plus de 400 journalistes, incluant la rédaction digitale – de très grands professionnels de tous horizons et de toutes origines. Je tiens ici à saluer leur travail quotidien rigoureux. Grâce à eux, BFM TV est unique dans le paysage. Elle traite toutes les actualités, sur tous les terrains est à destination de tous les Français.

En 2023 comme les années précédentes, la chaîne a été au cœur de tous les événements marquants, en France ou à l'étranger, et elle le sera en 2024. La spécificité de BFM TV tient à sa capacité à produire une information fiable, de qualité, vérifiée, recoupée et accessible à tous les Français, dans le respect de principes déontologiques très affirmés qui sont inscrits dans notre charte de déontologie, articulée autour de cinquante engagements très

précis. L'objectif est de continuer à être présents partout, sur tous les terrains, sur tous les supports et auprès de tous les Français – car, contrairement aux idées reçues, les jeunes regardent aussi beaucoup BFM TV.

Les deux chaînes RMC Découverte et RMC Story, représentées ici par leur directeur général, Stéphane Sallé de Chou, sont centrées sur l'apport de connaissances. Depuis 2018, nous avons consenti d'importants investissements pour fidéliser leur public autour d'une ligne éditoriale très identifiée laissant une très large place au documentaire. En 2023, elles ont diffusé près de 8 000 heures de documentaires. Les formats de ces chaînes sont très ambitieux, malgré des conventions parmi les plus contraignantes de la TNT.

Cet engagement sans égal et le choix de programmes singuliers s'appuient sur la conviction très forte qu'il est possible de proposer des documentaires populaires qui s'adressent, là encore, à tous les Français. À vrai dire, cela marche : selon les sondages récents, ce sont les deux chaînes préférées des Français sur la TNT.

Nous avons à cœur de proposer la meilleure offre à nos téléspectateurs, dans le respect du pluralisme et de nos obligations réglementaires et conventionnelles. Je voudrais appeler votre attention sur quelques points qui nous semblent cruciaux.

Votre commission d'enquête s'intéresse aux acteurs autorisés par l'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique (Arcom), qui évoluent dans un cadre très contraint – le plus contrôlé, scruté, sanctionné. Or, depuis le lancement de la TNT en 2005, le paysage a radicalement changé ; la France, les usages, nos vies ont radicalement changé. Dans le secteur des médias, soyons lucides, deux univers coexistent désormais : l'univers ultrarégulé de l'audiovisuel et l'univers non régulé, ou si peu, du numérique.

Parce que nous sommes résolument optimistes, nous avons la conviction que l'année 2024 sera une année d'opportunités pour le paysage audiovisuel. En témoigne votre commission d'enquête. L'année sera aussi marquée par les états généraux de l'information et par le renouvellement de quinze fréquences de TNT. Par ailleurs des consultations viennent d'être lancées par le ministère de la culture pour faire évoluer, espérons-le, la réglementation publicitaire.

Nous souhaitons que l'année 2024 permette de renforcer le paysage audiovisuel français. Mais pour cela, il nous faut tous être lucides et ambitieux. Nous devons réviser certaines règles inadaptées, qui sont souvent le fruit de lois très anciennes ou de circonstance. Parallèlement, il convient de s'attaquer enfin à la régulation des contenus numériques, en particulier des contenus d'information. C'est un sujet autant de société que d'éducation et de souveraineté. Les défis sont colossaux.

La question recouvre trois aspects : l'attribution, les contenus et le contrôle des autorisations.

S'agissant de l'attribution, la procédure de l'Arcom donne d'ores et déjà de nombreuses garanties : la consultation des parties prenantes ; le contradictoire à toutes les étapes ; la possibilité de recours. En revanche, le paysage capitalistique de la TNT est aujourd'hui figé, sclérosé. Est-il encore pertinent d'interdire la cession d'une chaîne pendant cinq ans après l'obtention de l'autorisation d'émettre ? Cette règle n'a plus vraiment de sens. Il en est de même pour la règle interdisant à une même personne la détention de plus de 49 % du capital d'une chaîne TNT faisant plus de 8 % d'audience moyenne ou les seuils

plurimédia. Tous les rapports – et ils ne manquent pas – publiés par le ministère de la culture, l’Autorité de la concurrence, l’Inspection générale des affaires culturelles, l’Inspection générale des finances... vont dans le même sens : il faut changer d’approche sur le contrôle des concentrations.

Autre exemple, les chaînes locales. Nous sommes particulièrement fiers de notre projet de développement de chaînes dans les régions. Nous avons créé dix chaînes locales, pour lesquelles nous avons recruté plus de 250 personnes, dont 200 journalistes. Aucun groupe n’a lancé dix chaînes locales, encore moins dans un laps de temps si court, et aucun groupe n’a autant recruté ces dernières années. Et pourtant, nous subissons une réglementation tout à fait inadaptée. Est-il vraiment pertinent aujourd’hui d’interdire à un groupe comme le nôtre de développer un réseau complet dans les régions ? Peut-être ne le savez-vous pas, notre groupe ne peut pas couvrir avec une de ses chaînes locales plus de 19 millions de Français, hors Île-de-France. De telles règles sont-elles encore adaptées à l’heure où Facebook et YouTube sont les premiers acteurs de la publicité locale, et alors que les stations de France 3 sont présentes sur tout le territoire ?

En ce qui concerne les contenus, le financement des programmes reste la pierre angulaire. Le fait de proposer des programmes et une information indépendante de qualité à un coût. Le ministère de la culture et l’Arcom viennent de publier une nouvelle étude sur l’évolution du marché de la communication et son impact sur le financement des médias par la publicité, confirmant les difficultés du secteur et la décroissance du marché linéaire. Là encore, nous avons bien du chemin à parcourir pour lever les restrictions en matière de publicité télévisée.

L’autre nerf de la guerre pour les médias audiovisuels est l’accès à leurs contenus. La TNT est un moyen de diffusion important, essentiel pour une partie de la population. Nous y croyons, et nous sommes candidats au renouvellement de l’autorisation de nos fréquences, mais il est tout aussi important d’être accessible et visible sur toutes les plateformes. L’exposition de nos chaînes ne doit pas être pénalisée par les technologies nouvelles, les moyens de distribution, les télévisions connectées – bref, tous les modes de consommation actuels.

L’exposition des chaînes locales mérite aussi d’être revue. On se plaint de la place que prennent les plateformes américaines dans la vie de nos concitoyens, mais elles sont accessibles en un clic, là où l’accès aux chaînes locales est un parcours du combattant !

Enfin, le contrôle des autorisations devrait permettre de rééquilibrer les contraintes entre les entreprises de médias traditionnelles et les acteurs du numérique. Netflix et Amazon Prime ont toute latitude pour modifier leur offre à tout moment ; le cadre conventionnel devrait permettre aux acteurs qui s’engagent sur la TNT d’adapter plus facilement leur offre en fonction de l’évolution des usages des consommateurs. Il convient aussi de revoir le calendrier des sanctions, qui sont infligées par le régulateur parfois plusieurs années après un manquement : pour une régulation efficace, il est indispensable qu’elles soient prononcées dans des délais raisonnables.

Pour conclure, les acteurs de la TNT sont certainement les plus vertueux aujourd’hui compte tenu du cadre dans lequel s’inscrit leur action – restrictions réglementaires, engagements conventionnels, charte de déontologie, comité d’éthique. Nous sommes ceux sur lesquels pèsent les contraintes les plus nombreuses. Nous sommes ceux qui investissent le plus massivement dans la création, la formation, la technologie, ainsi que dans les hommes et

les femmes. Nous sommes ceux qui prennent le plus de risques. Le *statu quo* n'est plus possible, sinon le risque est réel qu'il y ait beaucoup moins de réponses, dans dix ou quinze ans, à un appel à candidature parce que de nombreux acteurs auront disparu, étouffés par les règles, la fiscalité, le déséquilibre avec les acteurs du numérique. Nous vous appelons donc à prendre en considération ce contexte lorsque vous élaborerez vos propositions.

M. Aurélien Saintoul, rapporteur. Je vous remercie de l'impressionnant programme de dérégulation que vous nous proposez. Le législateur saura s'en inspirer, ou pas.

L'objet de notre commission d'enquête est d'examiner les obligations des chaînes de télévision en vertu des conventions qui les lient à l'Arcom. Quelles sont donc celles de BFM et de RMC ?

M. Marc-Olivier Fogiel, directeur général de BFM TV. Notre obligation est de produire une information de qualité, généraliste, et notamment économique, ce que nous nous employons à faire. Chaque bilan de l'Arcom atteste de la conformité à la convention de notre travail.

M. Stéphane Sallé de Chou, directeur général de RMC Story et RMC Découverte. La convention de RMC Découverte est la plus contraignante de tout le paysage audiovisuel français parce qu'elle est concentrée sur un seul genre : le documentaire. Son temps d'antenne doit être consacré à 75 % à l'apport de connaissances, constitué à 60 % par des documentaires, dont 50 % d'œuvres françaises. S'ajoute à cela l'obligation de dédier au genre documentaire cent premières parties de soirée par an, dont trente heures de documentaires primés.

Quant à RMC Story, qui est la chaîne de la diversité, les obligations sont très précises : trente-six premières parties de soirée par an consacrées à la diversité de la société française, dont quinze ne doivent jamais avoir été diffusées en France et quinze autres doivent être inédites sur RMC Story. Nous sommes également soumis à une exigence de parité et de représentation des minorités. Nous devons consacrer dix premières parties de soirée par an à l'ouverture sur le monde et programmer des fictions. Enfin, nous avons des obligations en matière d'accessibilité et de promotion d'associations.

M. Aurélien Saintoul, rapporteur. Monsieur Fogiel, qu'est-ce qu'une information de qualité ? Quels en sont les critères selon vous ?

M. Marc-Olivier Fogiel. C'est une information vérifiée, recoupée, respectueuse du pluralisme, qui s'adresse à tous les publics, sans parti pris. BFM TV n'est pas une chaîne d'opinion. Elle s'en tient aux faits et cherche à parler à tous sur tous les sujets.

M. Aurélien Saintoul, rapporteur. Le pluralisme et l'équité sont des notions qui figurent bien dans la convention, aux côtés de la dignité et de l'indépendance. La loi, elle, mentionne l'honnêteté de l'information, ce qui suppose une hiérarchisation. Selon quels critères hiérarchisez-vous les informations que vous diffusez ?

M. Philippe Corbé, directeur de la rédaction de BFM TV. Comme dans toutes les rédactions, audiovisuelles ou de presse écrite, les choix sont faits lors des conférences de rédaction. Il y en a plusieurs par jour et l'actualité peut nous amener à modifier la hiérarchie entre deux conférences. Le journalisme est d'abord une affaire de choix. Les critères ne sont pas gravés dans le marbre, la hiérarchie n'est pas décidée à l'avance.

Lorsque la guerre en Ukraine a éclaté, le matin du jeudi 24 février 2022, nous avons annulé l'interview de l'invité politique qui était prévue et pendant quinze jours, tout le reste a été balayé. L'antenne était exclusivement consacrée à l'actualité internationale, au point que nous n'avons pas traité la campagne pour l'élection présidentielle. Nous n'avons pas diffusé le seul meeting du président sortant avant le premier tour : notre choix rédactionnel était de privilégier la couverture de la guerre en Ukraine, et s'y sont ajoutées des contraintes strictes en matière de temps de parole.

Nous avons à faire ce genre de choix au quotidien. Nous privilégions telle ou telle actualité en fonction de ce qui nous semble le plus important à ce moment donné. Depuis une quinzaine de jours, nous consacrons beaucoup de temps d'antenne au conflit agricole mais la dominante de la semaine prochaine sera peut-être internationale ou économique. Une crise politique peut se déclencher, une tempête de neige peut empêcher des millions de Français de se déplacer. Nous faisons de multiples choix au quotidien.

M. Aurélien Saintoul, rapporteur. Le fait que le soutien de Mme Karine Le Marchand aux agriculteurs ait fait l'objet d'un bandeau à l'écran relève donc selon vous de l'information prioritaire ?

M. Philippe Corbé. Karine Le Marchand anime depuis plusieurs années sur une chaîne grand public une émission qui a un grand écho. Cette émission, qu'on l'aime ou qu'on ne l'aime pas, a permis de faire entendre la voix des agriculteurs dans une émission de divertissement, ce qui n'était pas habituel. Karine Le Marchand a pris position, elle a donné une interview à RTL et au *Parisien*, elle a décidé de se rendre sur un barrage : nous avons diffusé sa venue, et je crois que nous n'étions pas les seuls à le faire. Il nous arrive régulièrement de demander à une personnalité publique qui soutient un mouvement social d'être en direct à l'antenne lors d'une manifestation. Sans comparer des choses qui ne sont pas comparables, nous avons fait une interview d'Ariane Mnouchkine dans une manifestation pour les retraites.

Nous n'avions pas prévu d'interviewer Karine Le Marchand ce matin-là. Nous ignorions qu'elle irait sur le terrain. Elle a accepté d'être en direct avec nous, voilà tout. La chaîne sur laquelle elle travaille, M6, diffuse d'ailleurs dimanche soir avec RTL une émission spéciale consacrée à l'agriculture.

M. Aurélien Saintoul, rapporteur. Vous avez eu la gentillesse de le rappeler, j'ai évoqué le risque de course au buzz entre les chaînes d'information pour améliorer les audiences. C'est certainement un préjugé, largement partagé néanmoins. Que faites-vous pour éviter un tel écueil ?

M. Marc-Olivier Fogiel. M. Corbé vous a raconté comment le sommaire établi le matin peut être bouleversé par les imprévus de la journée.

C'est méconnaître la réalité d'une rédaction de 250 journalistes que d'imaginer que nos choix sont dictés par la recherche du bouche à oreille ou *buzz*. On peut contester nos choix – 14 millions de téléspectateurs hier semblaient plutôt y adhérer – mais il n'y a aucune recherche de buzz. Nous cherchons à informer le plus grand nombre en veillant à l'intérêt du public. Le matin, en conférence de rédaction, une vingtaine de journalistes, qui, pour certains, ont travaillé dans d'autres rédactions, planchent sur l'orientation de la journée. On échange des points de vue, tout le monde n'est pas d'accord, puis une décision est prise. La recherche du buzz n'est en aucune manière la ligne éditoriale de BFM TV. Il y a des confrontations

d'idées quotidiennes, à l'issue desquelles arrive à l'antenne ce que nous pensons être l'intérêt du public.

M. Aurélien Saintoul, rapporteur. Comment définissez-vous cette ligne éditoriale de BFM TV ?

M. Marc-Olivier Fogiel. Une information généraliste, et non pas spécialisée, qui concerne le plus grand nombre.

M. Aurélien Saintoul, rapporteur. Cela ressemble plus à la convention de l'Arcom *stricto sensu* qu'à une ligne éditoriale.

M. Marc-Olivier Fogiel. C'est en effet conforme à la convention de l'Arcom, mais c'est la ligne éditoriale de BFM TV que d'intéresser le plus grand nombre à l'actualité quotidienne en abordant toute l'actualité, sans se spécialiser.

M. Aurélien Saintoul, rapporteur. C'est donc l'audience qui est le juge ?

M. Marc-Olivier Fogiel. Pas l'audience, mais l'intérêt du public et l'intérêt journalistique. S'ils rencontrent une audience, tant mieux mais, pour reprendre l'exemple de Philippe Corbé, le fait d'avoir une ligne éditoriale essentiellement internationale pendant des mois du fait de la guerre en Ukraine n'est pas ce qui a assuré à BFM TV l'audience la plus forte. C'est toutefois l'intérêt du public que d'être informé de ce qui se passe en Ukraine, où nous avons envoyé une vingtaine de journalistes sur le terrain pendant des mois.

M. Aurélien Saintoul, rapporteur. Depuis vos prises de fonctions respectives, y a-t-il des émissions ou des séquences, mis à part celles qui ont pu faire l'objet d'un signalement de l'Arcom, dont vous n'avez pas été satisfaits ?

M. Philippe Corbé. Malheureusement, il y a tous les jours des choses qui ne me satisfont pas. Avant de venir vous voir, alors que nous suivions les blocages liés au mouvement des agriculteurs, puis la conférence de presse du Premier ministre, puis celle du président de la Fédération nationale des syndicats d'exploitants agricoles (Fnsea), puis encore celle du Président de la République à Bruxelles, j'ai fait modifier plusieurs choses, par exemple un mot sur un bandeau. Nous avons aussi fait le choix, cet après-midi, de ne pas diffuser l'image très spectaculaire de quelques manifestants faisant un grand feu à Bruxelles, car elle ne disait pas grand-chose de la situation sur place et n'avait guère de sens – même si d'autres la diffusaient.

Nous faisons des choix en permanence – plusieurs centaines par jour. Certains sont la correction de choses qui ne nous satisfont pas, mais c'est le lot commun de toutes les rédactions de presse ou de l'audiovisuel. C'est d'autant plus frappant pour une émission en direct – et nous diffusons vingt heures de programmes en direct par jour. Tout n'est pas écrit ni répété à l'avance et il faut parfois apporter des corrections.

M. Aurélien Saintoul, rapporteur. Qui a la responsabilité de faire ces corrections ? Est-ce vous, monsieur Corbé ? Jusqu'où remonte, le cas échéant, cette responsabilité ?

M. Philippe Corbé. C'est moi qui fais ces corrections, parfois en discutant avec les directeurs adjoints de la rédaction. Il m'arrive aussi de discuter des choix éditoriaux avec Marc-Olivier Fogiel, notamment le matin, lors de la conférence de rédaction, à laquelle il assiste. Parfois, nous ne sommes pas d'accord – ce matin encore, nous avons un point de

désaccord pour savoir quels angles mettre en relief dans la journée d'aujourd'hui, marquée par le conflit agricole. Nous avons en permanence de telles discussions.

Finalement, c'est moi qui prends la décision de changer ce qui ne nous convient pas. La semaine dernière par exemple, mercredi me semble-t-il, lors d'une action de la Coordination rurale devant la préfecture d'Agen, j'ai fait corriger le mot « attaquée » qui avait figuré pendant quelques minutes sur le bandeau, parce qu'il me semblait inexact. Je l'ai fait sans demander l'avis de Marc-Olivier Fogiel, qui l'a appris le lendemain, ou le soir. Je prends cet exemple parce que, sur place, des agriculteurs nous ont reproché d'avoir écrit ce mot à l'antenne, et ils avaient raison.

M. Aurélien Saintoul, rapporteur. Je pensais plutôt à des séquences que vous n'auriez pas pu corriger et qui, *a posteriori*, vous auraient posé problème. Y a-t-il de telles séquences, ou considérez-vous que la gestion au quotidien vous permet de corriger ce qui doit l'être ?

M. Marc-Olivier Fogiel. La gestion quotidienne permet de corriger. Pour répondre précisément à votre question, il n'y a pas de séquences qui seraient passées à l'antenne dont nous nous serions dit qu'elles n'auraient pas dû être faites de cette façon. Il peut néanmoins se produire des imprécisions, car nous diffusons vingt-quatre heures sur vingt-quatre et sept jours sur sept. Nos équipes forment une chaîne humaine qui entretient un échange permanent et nous avons la chance de pouvoir corriger régulièrement.

Un exemple récent de situation qui ne nous a pas plu, à propos de laquelle l'Arcom nous a d'ailleurs demandé des précisions, fait suite à la polémique soulevée par le mot de « domination » employé par Dominique de Villepin sur LCI. La question de son antisémitisme supposé était dans tous les médias, résumée en fin de semaine par un journaliste avec les mots de « domination juive », qui n'ont jamais été prononcés par Dominique de Villepin. Cette expression a été corrigée sur notre antenne et notre site. Voilà les corrections que nous apportons en permanence. Si donc ce qui se passe à l'antenne ne nous a pas satisfaits, nous avons la responsabilité collective et permanente de l'aménager et de le corriger.

Toutefois, l'antenne de BFM TV, ce sont 250 journalistes en responsabilité. Nous estimons que, globalement, ce qui est produit tous les jours est de qualité et nous assumons évidemment le contenu de l'antenne.

M. Aurélien Saintoul, rapporteur. Outre cette citation faussée de Dominique de Villepin, la question de l'honnêteté a pu être posée très récemment avec le cas de M. Rachid M'Barki, qui soulève des questions beaucoup plus larges que celle de la qualité de l'information. J'imagine que cela a fait l'objet d'une enquête interne. Avez-vous mis en place des procédures permettant de garantir l'intégrité de votre information ?

M. Marc-Olivier Fogiel. J'ai déjà eu l'occasion de répondre à cette question devant une autre commission d'enquête parlementaire, consacrée aux ingérences étrangères. Un audit interne très poussé a montré comment Rachid M'Barki avait contourné le processus permettant d'assurer une antenne honnête et de qualité. De fait, quand on veut contourner un système, on y arrive toujours.

Après un audit poussé du groupe, nous avons donc estimé que notre process était, malgré cela, robuste et assez solide. Nous avons rappelé ce process à tous les journalistes. Il

ne permet pas, à moins de vouloir le contourner, d'aller à l'antenne avec une information fausse.

Mme Sarah Legrain (LFI-NUPES). Depuis quelques mois, on peut sentir que se déroule un match pour l'audience avec une chaîne concurrente, CNews, dont l'audience se rapprocherait de celle de BFM TV et l'aurait même dépassée récemment. Quelles en sont les conséquences pour vous ? Êtes-vous inquiets de perdre votre position de numéro un des chaînes d'info ? Cela suscite-t-il des réflexions stratégiques ? Surtout, de telles situations influencent-elles les choix dont vous nous parliez ?

M. Arthur Dreyfuss. Je laisserai Marc-Olivier Fogiel et Philippe Corbé répondre à propos des choix, mais je tiens à rappeler la vérité de quelques chiffres : BFM TV a été première chaîne d'information tous les mois de l'année dernière, comme les années précédentes depuis que BFM TV est BFM TV. La chaîne a vu sa part d'audience augmenter de 15 % entre janvier 2023 et janvier 2024. Ces dernières semaines, entre 12 et 15 millions de Français ont été chaque jour devant BFM TV, que ce soit pour le remaniement ministériel, la crise agricole ou les intempéries et le froid. Et je ne donne là que les chiffres de l'antenne *broadcast* traditionnelle, sans parler du leadership de BFM sur l'ensemble des autres supports, qu'il s'agisse du digital, des réseaux sociaux, de son site internet ou de ses applications.

Ce leadership de BFM TV, c'est la confiance que lui accordent les Français. Sa spécificité, c'est la place qu'elle a prise dans leur quotidien – dans leurs poches, dans leur salon, dans leur vie de tous les jours. Voilà l'unicité de cette marque, devenue synonyme de l'information en France.

Cela impose de grandes responsabilités : s'adresser à tous les Français, sur tous les terrains, couvrir tous les sujets et toutes les opinions. BFM TV joue un rôle de chaîne généraliste d'information dans un univers concurrentiel traditionnel très vaste, où chaque chaîne d'info reste dans son couloir avec des offres éditoriales très différentes – raison pour laquelle BFM TV est aujourd'hui la seule chaîne généraliste d'information.

L'autre concurrence que rencontre BFM TV, ce sont les journaux télévisés de 13 heures et de 20 heures de TF1 et de France 2, ceux de 12 heures 45 et de 19 heures 45 sur M6, ainsi que l'information consommée sur les réseaux sociaux ou sur quelque plateforme digitale que ce soit.

La marque BFM TV a un leadership et une responsabilité. Les chiffres lui confèrent en tout cas, depuis qu'elle existe, la place de première chaîne d'information de France. Les moyens que nous y consacrons, les recrutements que nous réalisons et les investissements que nous consentons ont vocation à perdurer. C'est le fruit du travail de Marc-Olivier Fogiel, de Philippe Corbé et de toute la rédaction.

M. Marc-Olivier Fogiel. Quant à savoir s'il existe une course à la concurrence qui inciterait BFM TV à changer sa ligne éditoriale, il n'y a pas lieu, compte tenu de la réalité des chiffres, de faire des choix qui ne seraient pas dictés par les principes que Philippe Corbé vient d'exposer. Dans la réalité du quotidien, nous établissons notre programme en fonction de ce qui nous semble être la ligne éditoriale quotidienne de la chaîne généraliste et pluraliste qu'est BFM TV, et non par rapport aux autres.

M. Sébastien Chenu (RN). Vous nous avez indiqué que BFM n'était pas une chaîne d'opinion et qu'elle était attachée à un état d'esprit pluraliste. La ligne éditoriale que vous

avez évoquée vit non seulement au travers des journalistes, mais aussi des chroniqueurs, dont certains, sinon tous, sont appointés par la chaîne – je ne parle évidemment pas des invités. Certains de ces chroniqueurs sont très engagés : on retrouve parmi eux à peu près toutes les nuances du macronisme, certains ayant servi le pouvoir en place et assumant leurs engagements, on y voit un certain nombre de nuances de l'extrême gauche mélenchoniste, notamment le soir avec un chroniqueur bien connu, mais personne ne s'y réclame d'un soutien aux options de Marine Le Pen, qui représente pourtant 42 % des Français. Pourquoi cette impasse si BFM est mue, comme vous l'affirmez, par l'intérêt du public ?

M. Philippe Corbé. Vous faites allusion à Mme Roselyne Bachelot, ancienne ministre, qui participe à trois émissions dans la semaine – une en fin d'après-midi et deux le soir. Aucun des autres éditorialistes rémunérés n'a eu d'engagement ou été ministre ou député. Ou alors je ne vois pas à quoi vous faites allusion.

M. Sébastien Chenu (RN). M. Périco Légasse, par exemple, est élu régional du MoDem et appartient donc à la majorité présidentielle. Un autre de vos chroniqueurs revendique son soutien à M. Mélenchon. Bref, il y a même des élus parmi vos éditorialistes.

M. le président Quentin Bataillon. Pourriez-vous, à ce propos, préciser la distinction entre les éditorialistes et les invités ?

M. Philippe Corbé. Périco Légasse n'est pas un éditorialiste de BFM TV. Effectivement, j'avais oublié de le citer, il est conseiller régional MoDem. Un autre exemple est celui de Robert Ménard, qui intervient régulièrement le dimanche à dix-neuf heures sur BFM TV. Il est certes élu sous l'étiquette divers droite, mais il avait été soutenu par votre parti lors de la dernière élection municipale à Béziers. Périco Légasse est un journaliste, chroniqueur gastronomique et rédacteur en chef de *Marianne*, que nous invitons à ce titre. Mais, vous avez raison de le rappeler, il est aussi conseiller régional MoDem.

S'agissant des intervenants, il faut distinguer plusieurs catégories. Il y a des éditorialistes rémunérés par BFM TV. Certains travaillent à plein temps et exclusivement pour la chaîne, comme Amandine Atalaya, ancienne de TF1, ou Laurent Neumann, qui a participé autrefois à différentes publications. Certains autres ont par ailleurs des activités de presse, comme Bruno Jeudy ou Christophe Barbier, qui a été directeur de *L'Express*. On pourrait citer aussi des intervenants réguliers comme Pablo Pillaud-Vivien, de *Regards*, ou Tugdual Denis, de *Valeurs actuelles*, qui ont une activité principale et sont rémunérés par BFM TV lorsqu'ils interviennent. C'est une manière aussi de nous assurer l'exclusivité de leurs commentaires : ils ne participent pas à des émissions sur d'autres chaînes, sauf pour faire, par exemple, la promotion d'un livre.

Quant aux invités, c'est-à-dire aux personnes que nous invitons pour participer au débat public, comme cela vous est certainement déjà arrivé, nous ne les rémunérons pas. Ils peuvent d'ailleurs refuser de venir.

M. le président Quentin Bataillon. Vous voyez donc au cas par cas si vos éditorialistes peuvent avoir une autre activité dans un autre média.

M. Philippe Corbé. Oui.

M. Sébastien Chenu (RN). Pourriez-vous répondre à ma question ?

M. Philippe Corbé. Peut-être certains intervenants ont-ils voté pour Marine Le Pen à la dernière élection présidentielle sans que vous le sachiez, ni moi non plus.

M. Sébastien Chenu (RN). Mais il n'y en a pas qui revendiquent l'avoir fait.

M. Philippe Corbé. Je ne suis pas certain que M. Pillaud-Vivien ait revendiqué à l'antenne son vote pour Jean-Luc Mélenchon.

M. Jérôme Guedj (SOC). L'objet de cette commission d'enquête est de préparer le renouvellement des attributions de fréquences pour les chaînes de la TNT. Mes questions seront les mêmes pour chacun des candidats à une autorisation – et je suppose que vous demanderez le renouvellement de votre fréquence.

D'abord, dans la période récente, combien d'observations et de sanctions éventuelles avez-vous reçues de l'Arcom au titre de l'exécution de la convention ? Le bilan du groupe établi par l'Arcom relève que certaines obligations n'ont pas été respectées. Par exemple, RMC Story n'a programmé des fictions audiovisuelles que sur 16,6 % de son temps de diffusion, au lieu des 25 % requis. Surtout, de quels effets sont suivies les observations régulières que vous fait l'Arcom, et ses sanctions ?

Ma deuxième question fait suite aux échanges que nous avons eus avec les comités d'éthique chargés de veiller à l'honnêteté, à l'indépendance et au pluralisme de l'information, qui expriment unanimement un sentiment de relative impuissance. Ils déplorent de ne pas pouvoir vraiment s'autosaisir et ne savent pas bien comment leur rôle s'articule avec celui des directions. Quel regard portez-vous sur ces comités, créés par le législateur ? Peut-être le dispositif n'est-il pas bien calibré. Comment articulez-vous votre travail avec eux, comment ces comités vous servent-ils ?

Vous avez dit tout à l'heure que vous étiez une chaîne d'information, pas une chaîne d'opinion. Puisque ce débat va surplomber tous les autres, comment définissez-vous une chaîne d'opinion ?

En vue d'une évolution de la législation, comment pourrait-on, selon vous, améliorer la transparence sur certains éléments qui alimentent la suspicion ? Parmi les intervenants, il y a les journalistes de la chaîne, ceux des autres chaînes que vous rémunérez, et aussi des gens qui ne sont pas des journalistes – consultants, experts parfois autoproclamés – et qui ne sont donc pas liés par les mêmes principes déontologiques. Ces derniers font partie d'une zone un peu grise. Que penseriez-vous d'un cadre plus formalisé, qui permette de savoir clairement qui est rémunéré et qui est simplement invité ?

Quant à M. Robert Ménard, avec qui il m'est arrivé de débattre sur votre antenne dans la tranche du dimanche soir, je suppose qu'il avait comme moi la qualité d'invité, car il ne s'agit pas d'un chroniqueur rémunéré. Pour moi, la situation est différente selon que je débats sur le plateau avec un représentant du Rassemblement national, de La France soumise ou de n'importe quelle autre formation politique, ou avec un chroniqueur rémunéré dont la présence régulière est liée à la qualité du service que vous appréciez chez lui en fonction de certains critères. Faut-il une forme de transparence à cet égard ?

Enfin, dans un souci de liberté de l'information, quels ont été, dans les derniers mois, les débats relatifs à la qualité et à l'honnêteté de la couverture de certaines informations qui ont traversé votre société des journalistes et qui vous semblent importants ?

M. Marc-Olivier Fogiel. Ces dernières années, BFM TV n'a pas reçu de rappel à l'ordre de la part de l'Arcom, sinon, à trois reprises, pour des dépassements publicitaires de quelques secondes. Comme les autres chaînes en effet, BFM TV peut diffuser douze minutes de publicité par heure et il est arrivé qu'un écran publicitaire soit décalé sur l'heure suivante par le live.

M. Jérôme Guedj (SOC). Mais rien qui concerne l'information ?

M. Marc-Olivier Fogiel. Non.

M. Arthur Dreyfuss. Des personnalités comme Dominique Schnapper, Anne Sinclair, Anne Levade, Alain Genestar et Denis Jeambar nous font l'honneur de siéger au comité d'éthique de BFM TV, dont le rôle, défini par la loi, est de renforcer la liberté, l'indépendance et le pluralisme sur nos antennes. Depuis sa création, ce comité, qui se réunit trimestriellement ou semestriellement, échange avec nous de façon irrégulière mais fréquente, et n'a transféré aucun dossier à l'Arcom. En revanche, il s'autosaisit régulièrement de questions qu'il porte à la connaissance du groupe, formulant des observations sur des propos déplacés d'un chroniqueur, des articles de presse, des polémiques ou des questionnements liés à des débats importants auxquels BFM peut prendre part.

Le comité d'éthique nous a également fait part de ses interrogations légitimes sur le travail de hiérarchisation et de sélection des sujets, évoqué tout à l'heure par Philippe Corbé. Il nous a interrogés sur le choix de certains invités et la distinction entre journalistes, chroniqueurs, éditorialistes, invités et consultants. Il nous a fait progresser sur la mise en images et sur la nécessité de dater et de renouveler les images. Il nous challenge également à propos des enjeux de parité et de diversité.

L'addition du contrôle fort et permanent exercé par l'Arcom et du regard du comité d'éthique nous paraît très adaptée au bon fonctionnement d'une chaîne de la TNT. Pour nous, titulaires de fréquences de TNT nationales, l'enjeu est de savoir comment donner plus de pouvoir à l'Arcom pour qu'elle puisse davantage réguler le secteur, avec une vision étendue de ce dernier qui intègre les acteurs du numérique. On peut certes toujours améliorer l'intervention ou le champ de compétence d'un comité d'éthique, mais ce n'est pas là que réside la question fondamentale.

Vous nous avez également interrogés sur la notion de chaîne d'opinion. Selon les règles qui ont présidé à l'attribution des fréquences et les conventions conclues, il n'y a pas, dans le paysage de la TNT, de chaîne d'opinion. Les chaînes de la TNT utilisant une ressource publique limitée, il est essentiel que celles qui ont obtenu cette autorisation respectent, en contrepartie, les règles et les engagements qui leur incombent, dans le strict respect des conventions.

Mme Céline Calvez (RE). En 2020, j'ai été chargée par le Gouvernement d'une mission sur la place des femmes dans les médias en période de crise. C'était lors du covid et on avait l'impression que les femmes avaient disparu des écrans. Je m'étais intéressée aux différentes obligations qui incombent aux chaînes d'une part pour assurer la place des femmes, d'un point de vue tant quantitatif que qualitatif, et d'autre part pour informer l'Arcom de leurs actions en la matière.

Outre ce que vous pouvez nous dire sur la parité et la représentation des femmes à l'écran, dans quelle mesure les chaînes de votre groupe sont-elles capables d'assurer la

représentation de la diversité de la société française ? L'Arcom réalise chaque année un baromètre de la diversité. Cette dernière se manifeste sous différentes formes : on peut s'intéresser à la représentation du handicap, à celle des origines territoriales... Comment vous organisez-vous pour en faire un élément important ? Il s'agit d'une obligation qui figure dans les conventions passées avec l'Arcom, mais comment pourrait-on aller plus loin afin d'améliorer la diversité sur les écrans ? Si la société ne s'y retrouve pas, peut-être ne regardera-t-elle plus vos chaînes...

M. Stéphane Sallé de Chou. RMC Story est le média de la diversité de la société française. De six heures à quinze heures, du lundi au vendredi, nous diffusons quatre émissions d'information. Deux d'entre elles sont présentées par des femmes, Apolline de Malherbe et Estelle Denis.

La convention de RMC Story m'oblige – mais j'en fais une force et un avantage – à diffuser deux premières parties de soirée par semaine incarnées par des visages représentatifs de la diversité. J'aurais pu choisir des hommes. J'ai choisi deux femmes : Samira Ibrahim et Aïda Touihri.

J'ai l'obligation de diffuser un certain nombre de programmes qui racontent la diversité de la société française, soit trente-six premières parties de soirée par an. Cette année, j'en ai diffusé trente-huit – avec un portrait de l'autiste Asperger M. Paul El Kharrat, une série documentaire sur le monde agricole ou un documentaire en immersion au sein de la communauté rom de Marseille.

La diversité de la société française ruisselle chaque heure, chaque jour et chaque semaine sur le média RMC Story.

M. Marc-Olivier Fogiel. Pour BFM TV, la diversité est comptabilisée sur le plateau, notamment pour la parité. De notre point de vue, c'est important parce que cela nous permet de nous améliorer d'année en année, ou en tout cas d'essayer.

Ensuite, BFM TV diffuse énormément de reportages en régions, en s'appuyant d'ailleurs sur ses chaînes locales. Nous nous attachons à faire en sorte que la diversité soit présente à travers nos choix de reportages, ce qui apparaît moins dans les comptages transmis à l'Arcom. Par exemple, alors que de nombreux camions sont bloqués en ce moment par les agriculteurs, nous allons chercher à faire témoigner des chauffeurs qui sont des femmes. Arbitrer pour montrer la diversité et la parité dans nos reportages fait partie de nos choix éditoriaux quotidiens.

M. Philippe Corbé. Je n'ai pas précisé tout à l'heure que Robert Ménard n'est pas rémunéré par BFM TV. Nous n'avons aucune relation d'exclusivité avec lui et je ne sais pas s'il est rémunéré sur les autres chaînes. Il participe régulièrement à des débats sur BFM TV, notamment le dimanche à dix-neuf heures, mais nous ne le rémunérons pas.

M. Marc-Olivier Fogiel. Pour compléter, BFM TV accueille des chroniqueurs dont la sensibilité penche davantage vers l'extrême droite, notamment Juliette Briens. Cela nous a d'ailleurs été beaucoup reproché. Nous assumons car notre devoir est justement de représenter l'ensemble de l'échiquier politique. Comme les autres chroniqueurs, elle est rémunérée quand elle intervient sur le plateau de BFM TV.

M. Philippe Ballard (RN). Cette commission d'enquête porte sur l'attribution, le contenu et le contrôle des autorisations de services de télévision. On peut se demander si une telle commission aura un objet dans quelques années.

M. Dreyfuss a évoqué les règles auxquelles les chaînes sont soumises, qui méritent incontestablement un sévère dépoussiérage puisqu'elles datent du siècle dernier.

J'en viens à un point plus préoccupant pour l'avenir de l'audiovisuel et de notre souveraineté audiovisuelle.

Dans le cadre de mon avis sur les crédits *Médias, livre et industries culturelles* du projet de loi de finances, j'ai auditionné des professionnels du secteur, dont notamment Roch-Olivier Maistre, le président de l'Arcom. La conclusion qu'on peut en tirer est qu'à l'heure actuelle l'Arcom peut encore réguler, notamment à travers les services d'intérêts généraux – c'est-à-dire imposer aux fournisseurs d'accès à internet (FAI) de diffuser toutes les chaînes françaises. Mais à l'avenir, avec les télévisions connectées dont vous avez parlé, qui vont forcément inonder le marché, et le wifi, on pourra se passer des FAI. Dès lors, il ne sera plus possible de réguler le marché audiovisuel français et donc de préserver notre souveraineté audiovisuelle face aux mastodontes tels que Netflix, Amazon Prime, Disney Channel ou Paramount.

Comment envisagez-vous l'évolution du cadre juridique, non seulement pour le groupe Altice Media, mais pour préserver la souveraineté audiovisuelle française ?

M. Arthur Dreyfuss. J'ai envie de vous retourner la question, parce que cela dépend de vous, mesdames et messieurs les parlementaires ! C'est une affaire de législation nationale et de réglementation communautaire.

Comme vous l'avez souligné, c'est un enjeu de souveraineté. Les asymétries sont pléthoriques, en matière de régulation, de réglementation, de publicité, de concentration ou de conventionnement. Tout est réuni pour que les tout-puissants acteurs anglo-saxons et asiatiques puissent continuer de se développer en toute liberté face à des acteurs nationaux ou européens qui sont, eux, contraints, scrutés, contrôlés et sanctionnés.

Nous ne demandons pas qu'il n'y ait pas de règles et de cadre. Nous demandons simplement que tout le monde participe à la même course.

Quelle que soit sa taille, sa puissance, son histoire, son audience ou sa rentabilité, un acteur audiovisuel français reste un nain lorsqu'il discute avec le premier créateur, fournisseur ou distributeur de télévision dans le monde. Le rapport de force ne nous est pas favorable. Nous n'existons pas.

C'est la raison pour laquelle il faut faire deux choses : premièrement, assurer une symétrie dans les règles, ce qui implique de pouvoir contrôler les acteurs du numérique ; deuxièmement, donner les moyens aux acteurs audiovisuels et nationaux de se renforcer.

On peut malheureusement regretter que, ces dernières années, les tentatives de concentration du secteur n'aient pas abouti. C'est pourtant un moyen de renforcer les acteurs, et pas seulement du point de vue capitalistique : cela doit leur permettre d'investir, de recruter et d'innover davantage, pour fidéliser le public. Bref, c'est l'avenir de notre industrie qui est en jeu.

Des dizaines de rapports et de livres blancs ont été publiés sur ces questions par les pouvoirs publics, les missions d'inspection et à peu près tous les acteurs de l'audiovisuel au cours des dix dernières années. On y trouve une liste à la Prévert de mesures non pas de dérégulation, pour reprendre le terme de M. le rapporteur, mais tout simplement d'équilibre : elles visent à maintenir la possibilité pour les acteurs nationaux de se développer.

Mesdames et messieurs les députés, nous avons les ingrédients. Il vous faut composer la recette.

M. le président Quentin Bataillon. Il faut parfois faire évoluer les règles. Je fais partie des députés qui insistent auprès des ministères de la culture et de l'économie et des finances pour que l'on revoie celles qui concernent la publicité, notamment s'agissant du domaine dit réservé. Il faudra évoluer à l'avenir pour s'adapter au marché publicitaire et permettre aux médias de rester rentables.

Mme Nadège Abomangoli (LFI-NUPES). Le 20 décembre 2023, la CGT et le Syndicat national des journalistes d'Altice Media ont publié un communiqué de presse selon lequel « En invitant Thaïs d'Escufon à venir en plateau débattre en direct sur les violences sexistes et sexuelles hier soir, notre chaîne a sciemment laissé la parole à une militante d'extrême droite qui a multiplié les contre-vérités et les incitations à la haine raciale. » La conclusion était assez sévère : « Vive la liberté d'expression, non au racisme en direct à la télé, à une heure de grande écoute. »

À la suite d'un tel communiqué, comment s'instaure en interne le dialogue avec les syndicats, et au sein des rédactions ? Quelles suites lui avez-vous données ?

Quelles limites posez-vous entre la liberté d'expression et d'informer, d'une part, et l'obligation qui vous est faite de ne pas contribuer à l'incitation à la haine raciale d'autre part ?

Enfin, vous avez évoqué le comité d'éthique, formé de personnalités ayant exercé la profession de journaliste. Sa composition ne pourrait-elle pas être davantage ouverte à des acteurs de la société civile, œuvrant par exemple contre le racisme et pour le féminisme, afin de mieux vous éclairer sur ces sujets ?

M. Arthur Dreyfuss. L'une des spécificités du groupe est d'avoir 100 % des Français comme téléspectateurs. J'ai coutume de dire qu'on peut passer deux ans sans regarder la première chaîne de France si l'on n'aime pas Koh-Lanta, mais que les Français ne peuvent pas passer six semaines sans regarder BFM TV. Nous avons donc pour mission, en tant que chaîne d'information généraliste, de nous adresser à tous les Français en faisant part de toutes les opinions, de toutes les expériences et de toutes les expertises – et nous n'avons aucun préjugé en la matière.

Les seules opinions interdites sur nos antennes sont celles qui le sont par la loi. Nous ne sommes pas l'arbitre des élégances. Nous avons la mission populaire et fédératrice de représenter la diversité des opinions du pays.

Il n'y a pas de meilleur endroit que l'Assemblée nationale, telle qu'elle est actuellement, pour comprendre cette diversité des opinions. La sérénité des débats au sein de votre commission montre qu'on peut échanger quelles que soient les opinions de chacun.

Ce qui est certain, c'est que les journalistes et les éditorialistes présents sur le plateau travaillent toujours avec la plus grande rigueur, quels que soient les invités, en respectant en permanence les règles du pluralisme, sous le contrôle exigeant et continu de l'Arcom et sous le regard non moins exigeant du comité d'éthique.

Nous continuerons à inviter des représentants de toutes les opinions et nous l'assumons, parce que c'est ce qui fait la force de BFM TV.

M. Marc-Olivier Fogiel. J'ajoute que les invités font face à des journalistes qui les recadrent, leur opposent des faits et les empêchent de déborder. En l'occurrence, cette séquence qui a été pointée du doigt respectait la loi ; rien n'a été hors la loi.

M. Aurélien Saintoul, rapporteur. Pour ce qui est de la rigueur, nous n'avons pas forcément toujours la même appréciation. Lorsque M. Zemmour a estimé que les agriculteurs sont victimes de hordes de barbares, aucune rigueur n'est venue lui opposer qu'il n'y avait pas de hordes, pas de barbares, et que les agriculteurs n'en étaient pas victimes.

Par ailleurs, Altice France peut certes se permettre de nous suggérer des pistes pour défendre la souveraineté de notre pays, mais ce serait plus cohérent si elle n'était pas une société de droit luxembourgeois.

Mais il ne s'agit là que d'observations en passant.

Nous avons évoqué l'obligation spécifique faite à BFM TV de se pencher sur l'actualité économique. En 2022, la chaîne a proposé cinq heures par semaine de programmes consacrés exclusivement à l'information économique et financière, soit 3 % du temps total de diffusion. Bien entendu, on imagine que ces questions sont aussi traitées dans les journaux et magazines d'information. Considérez-vous pour autant qu'une telle programmation est conforme à l'esprit des engagements pris devant le régulateur ?

M. Marc-Olivier Fogiel. Comme vous le dites vous-même, des chroniques économiques sont diffusées de manière régulière, tous les jours, sur BFM TV. L'économie irrigue la chaîne, comme on peut le constater cette semaine avec le traitement du conflit social avec les agriculteurs. L'économie ne se résume pas à des émissions qui lui sont spécifiquement consacrées – il y a une chaîne pour cela, qui s'appelle BFM Business. La ligne éditoriale de BFM TV est totalement conforme à l'esprit de la convention puisque, par-delà les rendez-vous réguliers, dont le nombre est d'ailleurs en augmentation, l'économie est présente sur la chaîne toute la journée, au travers des invités ou des angles de traitement des sujets par exemple.

M. Arthur Dreyfuss. Une petite précision, monsieur le rapporteur : Altice France est une société française qui comprend deux pôles, un pôle télécoms avec SFR, société française, et Altice Media, société française.

M. Aurélien Saintoul, rapporteur. Nous vous demanderons de nous préciser par écrit le statut des personnes qui interviennent régulièrement à l'antenne, ainsi que leur rémunération.

S'agissant du critère qui détermine leur invitation, Nadège Abomangoli a évoqué le cas d'une influenceuse politique – catégorie que vous avez me semble-t-il inaugurée. À la rigueur, pourquoi pas ? Cela a le mérite de situer différemment, je ne suis pas forcément contre. Quels sont les critères qui président aux invitations ? Quelle part réservez-vous au

témoignage et à l'expertise ? Qu'est-ce qu'un expert selon vous, et qu'est-ce qu'un journaliste ?

M. Philippe Corbé. Ce sont de bonnes questions, que nous nous posons aussi : chaque jour, nous nous demandons qui il faut inviter, qui est le meilleur expert. Pour certaines émissions, nous invitons davantage d'universitaires ; d'autres sont davantage des débats politiques.

Dans l'exemple que vous avez cité, la personne avait été invitée dans le cadre d'un débat avec une représentante d'une association féministe – elle n'était donc pas en majesté. Je suis d'accord avec vous, la manière dont elle était présentée sur le bandeau était une erreur. Nous aurions dû indiquer plus clairement qui elle est et à quelle organisation elle appartient – ce qui répond aussi à la remarque faite précédemment par M. Guedj.

En l'occurrence, pour des raisons techniques, nous avons utilisé deux bandeaux différents, l'un indiquant qu'elle était influenceuse et précisant son affiliation, l'autre de taille plus réduite ne mentionnant plus cette dernière information. C'était une erreur.

M. Arthur Dreyfuss. Chaque jour, plus de vingt-cinq experts interviennent sur les plateaux de BFM TV, et plus de cinquante sur l'ensemble des antennes du groupe. Ils ont toujours le plus grand niveau de qualification. On a pu le constater dans la période récente, où l'actualité a été particulièrement intense, que ce soit pendant la crise de la Covid-19, où BFM TV a joué un rôle essentiel dans la vie des Français, ou à l'occasion de la guerre en Ukraine ou de l'attaque terroriste du Hamas le 7 octobre 2023. Nous recherchons toujours la plus grande expertise et la plus grande expérience pour éclairer nos téléspectateurs et nos auditeurs.

M. Aurélien Saintoul, rapporteur. Pour rebondir sur l'exemple que vous venez de citer, M. Julien Bahloul est intervenu régulièrement sur l'antenne de BFM TV, présenté comme spécialiste de la société israélienne – ce qui, à tout prendre, semble pouvoir convenir à peu près à n'importe quel ressortissant israélien ou personne résidant en Israël. En revanche, son expérience et ses liens très particuliers avec l'armée israélienne n'ont pas été mentionnés.

M. Marc-Olivier Fogiel. C'est inexact puisque, à chacune de ses interventions à l'antenne ou presque, il a été indiqué – comme il le souhaitait lui-même – qu'il avait été porte-parole de Tsahal. À chacune de ses prises de parole, le présentateur qui l'interviewait rappelait cette qualité.

M. Aurélien Saintoul, rapporteur. Il valait donc mieux ne pas prendre l'entretien en cours...

Nous avons évoqué la question de la dignité, qui se pose en particulier pour les témoignages. Avez-vous des regrets sur la manière dont certains témoins récents ont été entendus ? Vous êtes-vous dit que certaines choses ne devraient pas se reproduire – puisque vos chaînes s'améliorent sans cesse ?

M. Philippe Corbé. L'une des difficultés récurrentes concerne les témoignages de mineurs, fréquents par exemple à l'occasion de reportages sur la rentrée scolaire ou les colonies de vacances. Nous avons renforcé nos procédures ces derniers mois en fournissant un formulaire aux journalistes pour recueillir l'accord des parents, dans le cas où il n'y aurait pas

d'autre solution que de filmer les enfants. À défaut, la consigne est de filmer les enfants de dos.

Il y a quinze jours par exemple, j'ai vu apparaître à l'écran un enfant qui parlait de la neige à Lille. Cela peut paraître anodin, mais à ce moment-là je n'avais pas la certitude que ses deux parents étaient d'accord – nous n'avions que l'accord de la mère. En pratique, c'est très compliqué. Nous devons être encore plus vigilants car il est effectivement arrivé, à propos d'une affaire de harcèlement scolaire je crois, qu'un enfant témoigne avec l'autorisation d'un parent et que l'autre nous fasse ensuite savoir qu'il n'était pas d'accord. Nous devons trouver des solutions pratiques au quotidien pour les journalistes qui permettent d'éviter cela.

M. Aurélien Saintoul, rapporteur. Quid du témoignage diffusé sur votre antenne d'une jeune femme qui a été otage du Hamas, qui se trouvait très vraisemblablement dans une situation de stress post-traumatique et qui a tenu des propos compréhensibles compte tenu de son expérience. Considérez-vous avoir d'une certaine façon manqué au devoir de dignité dans ce cas ?

M. Marc-Olivier Fogiel. Nous pensons au contraire que son témoignage était important et qu'elle était en pleine possession de ses moyens.

Puisque vous prenez l'exemple des otages, nous nous sommes fixé pour règle de ne jamais montrer leur visage lorsqu'ils sont raccompagnés jusqu'à la frontière pour être libérés, tant qu'ils sont aux mains du Hamas. Nous considérons que cela porterait atteinte à leur dignité – ce qui n'est pas le cas de toutes les chaînes. C'est un exemple parmi tant d'autres de la manière dont nous déterminons ce qui est montrable et ce qui ne l'est pas, afin de respecter la dignité des personnes.

En revanche, nous n'estimons pas avoir attenté à celle de l'otage que vous avez évoquée. Au contraire, nous pensons avoir donné des informations importantes sur les horreurs que le Hamas a fait subir aux otages.

M. Aurélien Saintoul, rapporteur. M. Dreyfuss a indiqué que de nombreux experts intervenaient chaque jour. Quelle est le pourcentage d'universitaires parmi eux ? Il est difficile de déterminer qui est expert, et le titre d'universitaire peut aider. Vous pourrez nous transmettre ces informations *a posteriori* si vous n'en disposez pas ici.

M. Arthur Dreyfuss. Nous vous transmettrons par écrit les éléments chiffrés sur la qualité de nos experts.

M. Aurélien Saintoul, rapporteur. Existe-t-il au sein de la rédaction une « liste noire » de personnes à ne plus inviter, parce que leurs propos vous auraient posé des problèmes, parce que leur expertise aurait ensuite été contestée ou pour toute autre raison ? Qui en décide ?

M. Philippe Corbé. Vous me donnez l'occasion d'en finir avec un mythe : il n'y a pas de liste noire de personnes ne devant plus être invitées. En revanche, nous faisons tous les jours des choix sur les profils qui seront à l'antenne. Je sais que certains se demandent parfois pourquoi ils ne sont plus invités alors qu'ils l'étaient de manière régulière auparavant. Il peut arriver qu'ils soient moins d'actualité, ou qu'ils aient été moins pertinents lors de leurs dernières interventions. Mais il n'y a pas de liste noire ; ou s'il y en a une, depuis un an que j'occupe mon poste, personne ne me l'a confiée !

M. Arthur Dreyfuss. Et disons les choses franchement : il ne se passe pas une journée sans que Philippe Corbé, Marc-Olivier Fogiel, d'autres membres de la rédaction ou moi-même ne recevions des appels d'hommes et de femmes politiques de tous bords, parfois députés, qui réclament de passer à l'antenne. Nous passons beaucoup de temps à expliquer qu'il n'y a pas de droit à passer sur BFM TV, ni sur les autres chaînes du groupe.

C'est un sport pratiqué régulièrement par la classe politique, et ce depuis que BFM TV existe me semble-t-il.

M. Aurélien Saintoul, rapporteur. À mes yeux, l'un des éléments marquants de l'évolution du paysage de la TNT réside dans une forme d'homogénéisation des programmes. Vous avez soutenu que BFM était très singulière. Néanmoins, l'espèce de marché des transferts ou *mercato* dont on parle régulièrement, où l'on voit des personnalités des médias passer sur d'autres chaînes, permet de penser que ce phénomène d'homogénéisation est bien réel. Peut-être allez-vous me dire que vous vous faites piller systématiquement et que cela vous permet de vous renouveler – mais peut-être pas.

Sur quelle base recrutez-vous les grandes figures de votre chaîne ? Comment vivez-vous ce *mercato*, qui doit bien vous porter préjudice de temps en temps ?

M. Marc-Olivier Fogiel. Ce n'est pas lié à un mouvement d'homogénéisation, ni à tout autre phénomène ponctuel : j'ai commencé ce métier il y a trente ans et les présentateurs et journalistes passaient déjà d'une chaîne à l'autre. C'est la nature même de notre métier.

Ensuite, BFM TV a toujours été un vivier de talents et le fait que des journalistes soient appelés à évoluer ailleurs fait partie des règles de ce métier. Il n'y a rien de nouveau sous le soleil. Cela nous permet à la fois de mettre en avant de nouveaux talents en interne et de nous renforcer en allant chercher à l'extérieur ce qui nous manque.

Tout cela permet à BFM TV de se renouveler. Je ne dis pas que ce soit une bonne nouvelle quand des gens partent, mais en tout cas cela contribue à une réflexion permanente et à enrichir l'antenne.

M. Aurélien Saintoul, rapporteur. Une question un peu délicate : comment avez-vous été recruté, monsieur Fogiel ?

M. Marc-Olivier Fogiel. Je ne vois pas en quoi elle est délicate.

J'ai été présentateur de la tranche 18 heures - 20 heures sur RTL. J'y ai commencé ma carrière il y a des années avec Hervé Beroud, qui avait démarré la sienne juste avant. C'est un ami de trente ans. Il a été mon prédécesseur à BFM TV, avant de grimper dans la hiérarchie pour devenir le patron de l'information au sein du groupe. Au moment de passer le relais, il a tout simplement pensé à moi. J'ai accepté davantage pour le rejoindre que pour le poste lui-même, puisque nous avons déjà travaillé ensemble plusieurs fois et que j'avais envie de le retrouver.

M. Aurélien Saintoul, rapporteur. Vous voyez que je suis un béotien : j'avais tendance à penser que, pour ce genre de poste, on lance des appels à candidatures, on essaie de comparer les profils... Mais si la personne qui vous a recruté a cru que vous feriez très bien l'affaire sans avoir à comparer avec qui que ce soit d'autre, ma question n'était pas délicate.

M. Marc-Olivier Fogiel. On peut imaginer qu'il avait examiné les possibilités sur le marché et qu'il avait pensé, peut-être à tort, que j'étais le meilleur pour le poste. En tout cas, ce n'était pas le fait du prince mais la décision d'un grand professionnel, reconnu, qui a cherché en interne et en externe afin de trouver le meilleur successeur. Il ne m'a pas fait cette proposition les yeux fermés ou par copinage, pour répondre à ce qui paraît être un sous-entendu, mais parce qu'il recherchait le meilleur recrutement pour BFM TV.

M. Aurélien Saintoul, rapporteur. Ma question était parfaitement candide.

M. Arthur Dreyfuss. Je me permets d'ajouter que je n'étais pas en fonction à l'époque où Hervé Beroud a recruté Marc-Olivier Fogiel. Dans les mois qui ont suivi mon arrivée, j'ai changé un certain nombre de personnes chargées du management, et en particulier tous les patrons d'antenne – à l'exception de Marc-Olivier Fogiel, parce qu'il était assurément le meilleur à son poste.

M. Aurélien Saintoul, rapporteur. S'agissant de l'honnêteté de l'information, je souhaite vous entendre à propos d'une micro-affaire, celle du déjeuner à l'Élysée durant la réforme des retraites.

Au moins l'un de vos éditorialistes y a participé. Il en est ressorti avec une information, des éléments de langage qu'il tenait de la bouche même du Président de la République. Il n'a pas cru nécessaire de préciser la source de ces informations, ni qu'elles avaient été fournies à condition précisément de ne pas dire qu'elles venaient du Président. Ne trouvez-vous pas qu'il s'agit d'une entorse à l'honnêteté de l'information ?

M. Philippe Corbé. J'étais alors chef du service politique et je n'avais pas été invité à ce déjeuner à l'Élysée. Un journaliste du service l'a été. Il en a rendu compte, comme nous le faisons habituellement, par message électronique en interne et je suis intervenu moi-même à l'antenne ce soir-là pour rapporter ce qui avait été dit lors de ce déjeuner, avant qu'il ne le fasse lui aussi quelques heures plus tard. Contrairement à des éditorialistes d'autres chaînes qui y avaient participé, je n'ai pas masqué le fait que ces informations provenaient bien de l'Élysée. Tout a été rapporté à l'antenne et c'était d'autant plus simple que je n'étais pas présent à ce déjeuner.

M. Aurélien Saintoul, rapporteur. Lors de l'un de mes passages sur votre chaîne, le même éditorialiste – Benjamin Duhamel pour ne pas le nommer – a indiqué, hors antenne, qu'en réalité tout Paris savait depuis deux jours que M. Dupond-Moretti serait relaxé par la Cour de justice de la République (CJR).

Quand on est journaliste et que l'on fait partie du Tout-Paris, n'a-t-on pas le devoir et la responsabilité de faire connaître une information que l'on détient depuis deux jours ?

M. Marc-Olivier Fogiel. Si BFM TV se faisait chaque jour l'écho de ce que le Tout-Paris croit savoir, nous serions rappelés à l'ordre par l'Arcom pour diffusion de fausse information sans interruption !

Il y avait des rumeurs sur la relaxe d'Éric Dupond-Moretti. Personne n'a pu nous les confirmer, et notamment aucun des partis politiques ayant un parlementaire membre de la CJR – dont le vôtre. Nous n'allons pas diffuser à l'antenne une rumeur sans fondement et qui ne résiste pas à notre processus de vérification de l'information. Si l'information avait été confirmée, nous aurions été ravis de la donner en exclusivité, mais tel n'était pas le cas.

M. Arthur Dreyfuss. Quelques éléments pour éviter ce qui pourrait être considéré comme des mises en cause.

Parlant sous le contrôle de deux journalistes à la grande expérience, ce que je ne suis pas, il me semble que l'ensemble des leaders de l'ensemble des partis politiques – y compris le vôtre, monsieur le rapporteur – organisent régulièrement des déjeuners avec la presse au cours desquels ils font des confidences en off, selon la formule consacrée. Ces déjeuners et ces discussions font l'objet du même traitement.

Ensuite, puisque vous venez de mettre en cause un des journalistes de BFM TV, je tiens à dire devant Marc-Olivier Fogiel et Philippe Corbé que nous avons la chance d'avoir la plus grande rédaction privée de France, avec 800 journalistes, dont 400 qui travaillent pour BFM. Ce sont des gens de très grande qualité, de très grand talent, qui font leur travail avec un sens aigu de l'éthique, de la responsabilité, de la dignité, de l'honnêteté et de l'indépendance, sous le contrôle d'Hervé Beroud, le directeur de l'information. Ce collectif est constitué d'individualités remarquables, quelle que soit leur expérience. Chacun d'entre eux est animé par la volonté d'informer les Français.

Benjamin Duhamel fait honneur à BFM TV, comme l'ensemble des personnalités et des journalistes qui font l'antenne, sous l'autorité de Marc-Olivier et de Philippe.

M. Aurélien Saintoul, rapporteur. Je souhaiterais que vous nous fournissiez par écrit un document retraçant la composition précise de cette rédaction la plus nombreuse de France dont vous venez de faire l'éloge, en détaillant le statut de ses membres, qu'ils soient pigistes ou titulaires. Je serais aussi curieux de savoir quelles sont les obligations faites à chacun, par exemple en nombre de sujets traités.

M. Marc-Olivier Fogiel. Cela n'existe pas.

M. Aurélien Saintoul, rapporteur. Tant mieux, mais il fallait que je pose la question pour avoir la réponse.

J'en viens aux questions sur RMC.

RMC Story a l'obligation de diffuser chaque mois en première partie de soirée au moins un programme – deux à partir de 2020 – consacré à des problématiques économiques, sociales et culturelles liées à la diversité de la société française et favorisant l'intégration. La convention prévoit aussi la diffusion chaque année d'au moins huit longs métrages provenant d'Asie, d'Amérique latine ou d'Afrique.

La première obligation n'a pas été respectée, ou partiellement, depuis son entrée en vigueur en 2018. Au regard de ces manquements répétés, l'Arcom a adressé à RMC Story une mise en garde en 2022, suivie d'une mise en garde ferme en 2023.

Pourquoi ne vous êtes-vous pas conformés plus tôt à cette obligation ? Avez-vous tenu compte de la mise en garde ferme du régulateur dans votre programmation ?

M. Stéphane Sallé de Chou. Ce que vous dites est vrai. Il fut un temps – ce n'est plus le cas heureusement – où nous avons une divergence d'interprétation avec l'Arcom, avec laquelle nous sommes en contact permanent, sur le caractère inédit des programmes ainsi que sur la notion de diversité. Un exemple : nous avons diffusé en première partie de soirée un programme sur le scandale du sang contaminé, en considérant qu'il participait à raconter la

diversité de la société française. Plusieurs mois après la diffusion, l'Arcom a requalifié le documentaire au motif que le traitement du sujet était trop historique et pas assez contemporain.

S'agissant du cinéma, RMC Découverte et RMC Story sont des médias du documentaire et du magazine. Même si RMC Story a des obligations en la matière, la fiction y est peu présente.

À l'origine, nous devions diffuser en première partie de soirée huit films dits d'ouverture sur le monde – un film chinois, un film africain, *etc.* Cela signifie que j'aurais dû acheter pour une misère un film à des distributeurs chinois, que j'aurais programmé le 15 août, quand personne n'est devant la télévision. J'aurais fait zéro audience mais j'aurais rempli mon obligation. Ce n'est pas l'intérêt du téléspectateur. Depuis 2023, cette obligation a été remplacée dans la convention par celle de diffuser dix documentaires d'ouverture sur le monde, dont la moitié d'œuvres françaises – nous en avons même diffusé onze. Ce changement, heureux pour le téléspectateur, est aussi logique puisque RMC Découverte et de RMC Story sont viscéralement liées au genre documentaire.

M. Aurélien Saintoul, rapporteur. Selon la convention de RMC Découverte, les documentaires doivent représenter annuellement au moins 75 % du temps total de diffusion et porter sur une grande variété de sujets. Or, en 2022, la diffusion de documentaires a représenté seulement 41,2 % du temps d'antenne. Comment l'expliquez-vous ? Pourquoi le régulateur n'a-t-il pas prononcé de sanctions plus fortes que des simples rappels à l'ordre ?

M. Stéphane Sallé de Chou. Le régulateur a prononcé des sanctions car, jusqu'en 2022, nous étions loin de remplir notre obligation de diffusion de documentaires ; ce n'est plus le cas depuis 2023. Je précise que la convention en vigueur jusqu'au 31 décembre 2022 nous imposait de consacrer 75 % de notre temps de diffusion au documentaire. Depuis le 1^{er} janvier 2023, 75 % de notre temps de diffusion doivent être dédiés à l'apport de connaissances, dont 60 % de documentaires, et nous avons satisfait cette obligation.

M. Aurélien Saintoul, rapporteur. À propos de RMC Découverte, une émission retient particulièrement mon attention : « Alien Theory », qui est une série documentaire pseudo-scientifique. Sans être une chaîne d'information, la chaîne est néanmoins soumise aux mêmes exigences de sérieux et d'honnêteté de l'information. Comment pouvez-vous diffuser un programme qui contredit manifestement tous les principes de la communauté scientifique ?

M. Stéphane Sallé de Chou. « Alien Theory » est diffusé sur RMC Story. Cette émission est aussi une façon de raconter la société française. Nous la diffusons en linéaire mais aussi sur la plateforme de streaming RMC BFM Play et les réseaux sociaux afférents, sur lesquels elle touche un autre public. *Le Figaro Magazine* ou *Society* ont consacré cette année des couvertures et des articles à ce sujet, ce qui nous laisse penser que nous ne sommes pas complètement à côté de la plaque en proposant un tel programme. Enfin, cela représente 1,9 % de notre temps de diffusion en 2023, ce qui est marginal.

M. le président Quentin Bataillon. Je vous remercie. Nous pourrions être amenés à vous demander d'autres précisions que les réponses écrites aux demandes d'information que vous a adressées le rapporteur. Vous pourrez les compléter par tous les éléments qui vous sembleraient utiles.

La séance s'achève à dix-neuf heures cinquante.

Membres présents ou excusés

Présents. – M. Philippe Ballard, M. Quentin Bataillon, Mme Céline Calvez, M. Sébastien Chenu, M. Laurent Esquenet-Goxes, M. Philippe Frei, M. Jean-Jacques Gaultier, M. Jérôme Guedj, Mme Sarah Legrain, M. Aurélien Saintoul

Excusée. – Mme Constance Le Grip

Assistait également à la réunion. – Mme Nadège Abomangoli