



# ASSEMBLÉE NATIONALE

16ème législature

## Fusion antennes locales FRANCE TV et RADIO FRANCE

Question écrite n° 6057

### Texte de la question

M. Benjamin Saint-Huile interroge Mme la ministre de la culture après les annonces faites, le 1er février 2023, par Mesdames Delphine Ernotte Cunci et Sybil Veil, chacune et respectivement Présidentes de deux groupes majeurs de l'audio-visuel public français, que sont France Télévisions et Radio France. Ces déclarations, faites de concert, envisagent la prochaine rédaction d'un « plan stratégique unique » et commun aux 2 entreprises s'agissant de l'information de proximité et devant définir leurs prochaines orientations 2024-2028 autour de deux grands axes : la création d'une marque unique, la mise en œuvre d'un projet éditorial et d'un schéma de gestion immobilière communs, une gouvernance unique pour les entités de ces deux marques et le développement de la polyvalence métier au sein des équipes. Si la volonté d'intensifier le partenariat et le maillage entre ces deux entreprises, *leaders* dans l'information de proximité nous apparaît nécessaire au regard de l'évolution des usages et des besoins de la population, pour lutter efficacement contre la désinformation, entre autres, celle-ci soulève toutefois, quelques interrogations et sources d'inquiétudes qu'il nous semble légitime de relayer. De ces déclarations, nous comprenons la fusion programmée des antennes locales de ces deux entreprises, en l'occurrence, de France 3 (pour France Télévisions) et de France Bleu (pour Radio France), laquelle posera nécessairement des questions et problématiques, s'agissant du traitement de ses salariés aux couvertures conventionnelles spécifiques dans chacune d'entre-elle, du contenu de leur futur métier (les compétences et missions attachées à la radio n'étant pas celles de la télévision), de la ligne éditoriale nouvelle envisagée et le cas échéant des nouveaux canaux d'informations qui seront choisis pour diffuser l'information à la population (radio ? télé ? web ?). L'audiovisuel public de proximité, gage d'indépendance, reconnu pour la qualité de son traitement de l'information mais aussi pour son sérieux et son expertise, doit se voir conforter dans ses missions de service public, avec les moyens qui pourront lui permettre de naviguer sans heurts dans un paysage très fortement concurrentiel. M. le député souhaite que Mme la ministre puisse le rassurer sur ces points et éclairer plus précisément la stratégie 2024-2028 envisagée pour l'audiovisuel public français.

### Texte de la réponse

Le ministère de la culture est attaché à la mission essentielle de proximité de l'audiovisuel public, qui favorise la cohésion sociale au plus près des territoires, met en valeur les événements culturels régionaux et participe de la démocratie locale. Le renforcement de l'offre de proximité de France Télévisions et Radio France figurait parmi les priorités définies pour le secteur audiovisuel public en 2018 et formalisées dans les contrats d'objectifs et de moyens (COM) 2020-2022. Cette priorité s'est traduite par la mise en œuvre de rapprochements entre France 3 et France Bleu. Ainsi, depuis 2019, les deux réseaux développent des matinales communes. Celles-ci ont vocation, à terme, à être proposées sur l'ensemble des territoires (soit 44 matinales). 36 doivent être déployées d'ici la fin de l'année 2023. En avril 2022, France 3 et France Bleu ont par ailleurs lancé une offre numérique de proximité partagée, « ICI », par France 3 et France Bleu, dont la première étape de développement s'est traduite par la création d'une application mobile commune. Cette dynamique a vocation à se poursuivre, en réponse à l'attente forte exprimée par les Français en faveur de davantage de proximité dans les programmes et les sujets traités. Radio France et France Télévisions ont d'ores et déjà identifié plusieurs pistes d'approfondissement des

coopérations entre leurs réseaux France 3 et France Bleu. Leur instruction doit se poursuivre. En tout état de cause, le ministère de la culture sera attentif à ce qu'elle associe pleinement les salariés des deux entreprises dans le cadre d'un dialogue social nourri. La prochaine génération de COM, qui couvrira la période 2024-2028, dont la conclusion devrait intervenir d'ici la fin de l'année, déclinera les pistes qui seront retenues à l'issue de cette phase d'instruction. De manière plus générale, ces contrats mettront un accent particulier sur les coopérations entre les entreprises du secteur. Ces coopérations doivent permettre de conforter la puissance, la spécificité et l'impact des offres du service audiovisuel public.

## Données clés

**Auteur** : [M. Benjamin Saint-Huile](#)

**Circonscription** : Nord (3<sup>e</sup> circonscription) - Libertés, Indépendants, Outre-mer et Territoires

**Type de question** : Question écrite

**Numéro de la question** : 6057

**Rubrique** : Audiovisuel et communication

**Ministère interrogé** : Culture

**Ministère attributaire** : Culture

## Date(s) clé(s)

**Question publiée au JO le** : [7 mars 2023](#), page 2091

**Réponse publiée au JO le** : [13 juin 2023](#), page 5341