



**L'AUDIOVISUEL EXTÉRIEUR :
UNE ARME ANTI « INFOX » DANS LA CRISE SANITAIRE MONDIALE GRÂCE À L'INDÉPENDANCE
ÉDITORIALE DES OPÉRATEURS**

Malgré le confinement, les opérateurs français de l'audiovisuel extérieur (France 24, RFI, MCD, TV5 Monde,) continuent leur mission essentielle. Véritables armes « anti infox » (anti désinformation) dans la crise sanitaire mondiale, ils offrent, grâce à leur indépendance éditoriale, la garantie d'une information fiable, alors que les rumeurs et les actions de désinformation se développent partout dans le monde. Leur contribution essentielle et spécifique en complément de l'action internationale de la France doit être mieux reconnue et soutenue :

- *L'attribution de la contribution à l'audiovisuel public devra tenir compte de leurs difficultés à réaliser leurs recettes publicitaires et de distribution au cours de cette période,*
- *La progression, ou à tout le moins, le maintien de leurs dotations, devra être assurée dans le cadre du financement de l'audiovisuel public.*

Communication écrite de Mme Joëlle GARRIAUD-MAYLAM et M. Raymond VALL, sénateurs, rapporteurs en charge de l'audiovisuel extérieur pour la commission des affaires étrangères et de la défense du Sénat

La crise sanitaire et les mesures de confinement qu'elle a entraînées n'ont pas été sans conséquence pour les opérateurs de l'audiovisuel public extérieur, France Médias Monde (France 24, RFI, MCD) et TV5 Monde, qui ont dû adapter leur organisation pour assurer dans des conditions de sécurité optimales, pour leurs collaborateurs, leurs missions d'information et de service public.



Ces opérateurs ont réussi à assurer la continuité d'une part importante de leurs activités dans des conditions optimales pour la sécurité de leurs personnels. Ils ont su réorganiser leur programmation pour assurer des missions de prévention de la pandémie en direction des pays les plus pauvres, notamment en Afrique, où ils sont des médias de référence, en luttant contre les fausses nouvelles, et en contribuant à l'action d'enseignement à distance.

Cette réorientation de leur programmation, comme la qualité et la fiabilité des informations qu'ils délivrent, ont conforté de façon très sensible leur audience. La crise économique qui accompagne la crise sanitaire aura des répercussions croissantes sur leur financement, avec des ressources publicitaires en chute libre et des recettes commerciales de distribution menacées.

Même si leurs programmes ont été temporairement et partiellement altérés par cette réorganisation, les opérateurs de l'audiovisuel extérieur ont su, avec agilité, proposer une programmation adaptée au temps de crise, notamment sur leurs espaces

numériques, avec des émissions destinées à prévenir les risques sanitaires et à pallier l'interruption des cours dans les établissements scolaires, avec le souci de lutter contre les rumeurs et les fausses informations qui ont tendance à se répandre dans ces contextes particuliers, et à faire un effort particulier en direction de l'Afrique.

Cette adaptation n'a été rendue possible que grâce aux choix stratégiques judicieux réalisés de longue date par ces opérateurs : garantir la qualité et la crédibilité des informations qu'ils délivrent, source de leur réputation internationale, se déployer dans les espaces numériques, nourrir une offre de programmes éducatifs notamment pour l'apprentissage du français et être pionniers dans la lutte contre les fausses informations.

Les résultats d'audience enregistrés en mars 2020 montrent que les populations en quête d'informations fiables et objectives se tournent spontanément vers ces médias, ce qui atteste de la solidité de leur réputation et du grand intérêt pour la France de financer ces opérateurs qui contribuent à son influence et à celles de ses valeurs démocratiques.

Pour autant, cette crise aura des conséquences sur l'équilibre financier de ces opérateurs, qui vont perdre une grande partie de leurs ressources commerciales et risquent de devoir une fois de plus contribuer au redressement des comptes publics par de nouvelles économies.

Ce serait un mauvais choix dans le monde incertain qui sortira de la crise et dans lequel la France et les démocraties devront plus que par le passé faire entendre leurs voix.

I. Des opérateurs agiles qui ont su se réinventer face à la crise

D'emblée et de manière permanente, des mesures ont été prises afin de permettre aux opérateurs d'assurer leur mission tout en garantissant la sécurité de leurs collaborateurs, en France comme à l'étranger, tant d'un point de vue sanitaire que social grâce à la mise en place de plans de continuité de l'activité, en lien avec la médecine du travail, adaptés quotidiennement à l'évolution de la situation.

► Le recours massif au télétravail

De l'ordre de 60 à 65 % des 1 750 personnels de France Médias Monde ont basculé en télétravail¹ et assurent depuis leur domicile toutes les fonctions administratives et numériques, mais aussi certaines fonctions éditoriales et techniques².

La quasi-totalité des environ 400 personnels de TV5 Monde est en télétravail. Cette bascule a pu être effectuée sans grande difficulté dans la mesure où TV5 Monde, fort de son expérience de travail en mode dégradé suite à la cyberattaque de 2015, était relativement préparée à ces situations de crise et à l'utilisation de plateformes de visioconférence sécurisée. La diffusion en numérique peut être assurée complètement en télétravail.

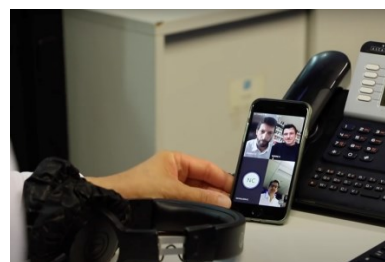
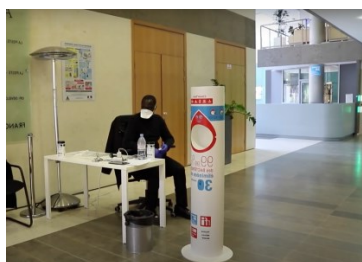
¹ 51% exclusivement en télétravail et la moitié des 30% des personnels planifiés sur site en alternance qui télétravaillent lorsqu'ils ne sont pas en repos planifiés

² Les 20% restant sont en garde d'enfant exclusive, en arrêt maladie ou personnes fragiles et en dispense d'activité (1,9% sur les 20%)

► **La nécessité de maintenir une partie de l'activité dans les locaux en préservant la santé des personnels et des prestataires**

A un instant T, 15 % des collaborateurs de FMM sont maintenus sur site notamment pour la continuité des antennes et la diffusion. La sécurité de ces personnels, le respect des « gestes barrières » et de distanciation sociale sont assurés par :

- des aménagements réalisés dans les locaux pour séparer les personnels et éviter les contacts,
- un filtrage étroit à l'entrée des locaux (prise de température, utilisation du gel hydro-alcoolique, sensibilisation aux symptômes et aux gestes).
- la fourniture des masques FFP2 aux prestataires de sécurité, de ménage, de maintenance qui sont exposés multi-contacts depuis le début de la crise ou ne peuvent pas en toutes circonstances respecter les distances de sécurité. Le port du masque généralisé est recommandé à compter du 28 avril et des masques chirurgicaux sont remis aux salariés et prestataires à leur arrivée³,
- une démarche pédagogique rigoureuse pour acquérir les règles de sécurité, d'identification des symptômes, de gestes barrières, et aussi dans un second temps d'utilisation des masques,
- un renforcement des équipes de nettoyage des locaux qui interviennent toutes les 2 heures (24h/24) permis par une réorganisation concentrée sur les zones de travail restant en activité permanente ainsi que la mise en place d'opérations de nébulisation.
- un soutien psychologique renforcé et une permanence téléphonique d'écoute dédiée.



15 personnes sont présentes sur le site de TV5 Monde en moyenne chaque jour pour assurer la continuité de la diffusion « broadcast ». Les 3/5 sont en poste dans la régie de diffusion, s'y ajoutent des personnes en charge de la préparation des programmes à diffuser et de la programmation. Cela suppose l'aménagement et l'isolement de postes de travail, la distribution de masques et de gel hydro-alcoolique...

► **Le non-recours au chômage partiel et le maintien d'une grande partie des rémunérations des collaborateurs**

Contrairement aux entreprises privées du secteur de l'audiovisuel, qui y ont largement recours, **les sociétés de l'audiovisuel public**, bien qu'étant juridiquement éligibles, **n'ont pas pu bénéficier du dispositif d'activité partielle** mis en place par l'ordonnance 2020-346 du 27 mars 2020. Compte tenu des financements publics qu'elles reçoivent, le gouvernement a souhaité appliquer une doctrine plus restrictive « *afin de s'assurer de la proportionnalité des moyens publics mis en œuvre au regard des enjeux pour chaque entité et éviter des effets d'aubaine* ». Elles continuent donc d'assurer la rémunération de leurs collaborateurs permanents et ont été, dans la mesure du possible, invitées à rémunérer la totalité de leurs salariés dans les conditions habituelles qu'il s'agisse des CDI ou des CDD⁴.

Pour les pigistes, intermittents et correspondants à l'étranger, un système protecteur et solidaire de sécurisation des revenus reste en vigueur tant que la situation est susceptible de les impacter.

³ Avec la difficulté de s'approvisionner et une gestion rigoureuse de la distribution et des stocks

⁴ Les salariés en arrêt garde d'enfants (une quarantaine à ce jour en garde exclusive, les autres étant en télétravail et garde d'enfants), sont pris en charge par le système prévu par la sécurité sociale jusqu'au 30 avril. Ces modalités de prises en charge basculant sur du chômage partiel, FMM (qui n'y a pas recours) étudie, selon les contraintes de chacun et les prévisions de réouverture différenciée des écoles, les modalités d'une possible reprise d'activité sur site ou en télétravail. Dans tous les cas leur rémunération est garantie par l'entreprise.

Pour les correspondants de FMM à l'étranger rémunérés à la pige, un système de sécurisation de leurs revenus moyens, calculé sur la base de la moyenne mensuelle de revenus en 2019, bénéficie à toutes celles et ceux qui ont travaillé pour les antennes au cours des trois derniers mois⁵.

S'agissant des correspondants à l'étranger collaborant à France 24 dans le cadre d'une société de production, les minimums garantis par les contrats sont appliqués, même dans le cas où il n'y aurait pas eu de production compte tenu des contraintes sanitaires appliquées dans chaque pays⁶.

S'agissant des pigistes et des intermittents, toutes les piges planifiées jusqu'au 30 avril - même si elles sont déplanifiées par la direction, ou si les collaborateurs concernés sont en arrêt maladie et/ou en garde d'enfants - voient leur rémunération honorée. Dans cette période, FMM continue à faire appel à des collaborateurs pigistes ou intermittents, tout particulièrement aux correspondants qui sont très présents sur les antennes, aux côtés des collaborateurs permanents.

Les correspondants à l'étranger de TV5 Monde sont rémunérés sur facture ou à la pige et restent très sollicités pour fournir des sujets pour le JT de 12mn et les espaces numériques. Ils ont une habitude du télétravail et peuvent exécuter leurs missions malgré les situations de confinement, différentes d'un pays à l'autre.

En contrepartie, un appel au sens des responsabilités et à la solidarité a été réalisé chez FMM pour inciter les personnels à prendre normalement leurs congés et leurs jours de RTT ou de récupération. L'objectif est d'éviter qu'au moment de la reprise, FMM ait à remplacer une part plus importante de son personnel ce qui entraînerait des coûts supplémentaires.

► Une réorganisation concertée : un dialogue social renouvelé mais exigeant

Pour assurer la continuité du service, les directions des opérateurs dialoguent de façon très intense avec le Comités sociaux et économiques internes, de façon à assurer aux personnels mobilisés des conditions optimales de travail et réduisant significativement les risques. Ce dialogue va se poursuivre dans la perspective d'un « déconfinement » progressif et d'une reprise partielle d'activité, le recours au télétravail restant privilégié dans la première phase. Chez FMM, les instances sociales ont, avec l'accord des organisations syndicales, adopté un format resserré permettant l'organisation d'une téléconférence hebdomadaire et une communication régulière à la suite des réunions quasi-quotidiennes de la cellule de crise.

Ces mesures sont prises dans le cadre d'un dialogue social constructif et régulier, adapté à la situation, avec les représentants du personnel, et communiquées quotidiennement à l'ensemble des collaborateurs dans une démarche de prévention et de transparence.

► Une continuité du service réalisée de façon optimale et progressive

Pour assurer toutes les garanties sanitaires à ses collaborateurs planifiés sur site, sans sacrifier ses missions essentielles, FMM a procédé à des allègements de grilles. Dans ce cadre, certains journaux et magazines sont rediffusés et la production a été arrêtée la nuit, entre minuit et 5h. **On estime entre 30 et 35 % la part de production suspendue durant la phase de confinement.** Cette donnée est très évolutive au cours de la période car de nombreux magazines arrêtés initialement ont repris en télétravail.

Dans un premier temps, compte tenu des moindres performances des outils de travail à distance, notamment pour des raisons de cybersécurité, **TV5 Monde a été obligée de réduire de 8 à 4 le nombre de chaînes diffusées, elle est très vite remontée à 6⁷.** Elle

⁵ En outre, si les correspondants doivent se rendre dans un centre médical et faire face à des frais de santé, ils peuvent exceptionnellement être pris en charge, sur facture, grâce à un dispositif mis en place depuis 2019. Les assurances rapatriement ont été renégociées pour la prise en charge d'éventuelles urgences sanitaires.

⁶ Dans l'hypothèse où les contrats ne prévoient pas de minimum garanti, le système solidaire de sécurisation des revenus moyens est étudié par la direction de la chaîne au cas par cas.

⁷ Restaient couplées les zones Amérique latine et Amérique du Nord avec sous-titrage en anglais (ce qui pénalisait la reprise par les distributeurs en Amérique latine qui exigent un sous-titrage en espagnol) et les zones Afrique du Nord et Afrique subsaharienne avec sous-titrage en anglais et plus en arabe pour la première zone.

espère diffuser 8 canaux d'ici la fin du mois d'avril. La diffusion des chaînes thématiques (Art de Vivre et Jeunesse) et des offres numériques est intégralement maintenue.

Des productions internes en linéaire, notamment des magazines, ont été suspendues⁸. Le journal télévisé francophone quotidien « *Le monde en français* » de 64mn a été réduit à un format de 12mn produit en télétravail, diffusé quotidiennement en mobilisant l'ensemble des correspondants dans le monde. TV5 Monde continue de relayer les journaux des télévisions partenaires⁹. Dans le même temps, la production numérique organisée en télétravail est pour sa part en très forte croissance.

II. Une information de référence et des missions de service public renforcées

Plus encore en temps de crise qu'en temps ordinaire, il appartient aux médias de référence que sont les opérateurs de l'audiovisuel extérieur des grandes démocraties de délivrer partout dans le monde une information, fiable, crédible, et certifiée, en s'appuyant sur les meilleures sources et en relayant les messages des institutions reconnues internationalement pour leur expertise. Il leur revient également de décrypter les « rumeurs » et les fausses informations qui de façon « naturelle » ou orchestrée ont tendance à se répandre plus facilement dans les périodes anxiogènes.

► Une réorientation de la couverture de l'actualité

Dans ses éditions d'information en français et en anglais, France 24, comme celle de RFI en français, proposent des rendez-vous recentrés avec une attention particulière portée au continent africain et à la prévention sanitaire :

➤ Sur France 24, l'édition quotidienne du « *Journal de l'Afrique* » a été maintenue, de nombreux reportages ont été réalisés au jour le jour par les correspondants sur le continent africain ainsi que des entretiens exclusifs avec les grands dirigeants politiques et des responsables de la prévention sanitaire en Afrique, dont certains en commun avec RFI, enfin, une rubrique « *Le tour du monde des soignants* » : leur donne la parole pour témoigner de la réalité de leur terrain.

➤ Dans les éditions d'information en français, les rédactions de RFI couvrent tout au long de la journée l'actualité de la pandémie à travers le monde et propose de nouveaux rendez-vous dédiés comme « *Info coronavirus* » qui dressent un état des lieux quotidien et donnent les bonnes pratiques pour se protéger, « *Le tour des correspondants* », qui racontent la situation sanitaire dans leur pays, « *Petite et grande histoire des épidémies* » ...

A l'antenne de TV5 Monde, l'actualité a été traitée par les rédactions des partenaires et par le JT francophone quotidien produit en interne prioritairement anglé sur l'actualité africaine¹⁰.

► Une exigence renforcée de fiabilité et de lutte contre les « fake news »

En période de crise sanitaire, dans des contextes culturels moins réceptifs à la parole des scientifiques, la diffusion de rumeurs et de fausses nouvelles constitue un risque majeur par les comportements qu'elles peuvent entraîner au préjudice de la santé de la population et en favorisant l'extension de la pandémie. Cela exige une vigilance renforcée et des capacités de réponses expertes et pédagogiques.

FMM, qui depuis plusieurs années a investi considérablement ce domaine, (notamment à travers « *les Observateurs de France 24* » et « *Les dessous de l'infox, la chronique* » de RFI), contribue activement aux initiatives nationales et internationales mobilisant les grands

⁸ Les productions propres sont passées en 2020 d'environ 18% à environ 14% des grilles des chaînes généralistes suite à l'impact du plan d'économies demandé par ses gouvernements bailleurs de fonds. La réduction des productions propres du fait du confinement et de l'incapacité devant laquelle se trouve TV5Monde à fournir des masques à ses équipes de production porte ce chiffre à environ 2,5% en avril 2020 sur les antennes.

⁹ Radio Canada à 8:00, RTBF à 13:00, RTS à 19:00 et France 2 à 20:00

¹⁰ avec par exemple la diffusion le 18 avril d'une édition spéciale Afrique comprenant un entretien avec le président du Sénégal M. Macky Sall particulièrement en pointe dans la lutte contre le Covid 19

médias comme la nouvelle plateforme collaborative de lutte contre la désinformation sur le Covid-19 « #CoronaVirusFacts Alliance »¹¹, de l'International Fact-Checking Network. Cette exigence est permanente pour **TV5 Monde** et elle fait l'objet d'une concertation régulière et de nombreux échanges avec les rédactions des partenaires francophones.

► **Une contribution à l'information de nos compatriotes en déplacement à l'étranger et expatriés, notamment pour faciliter leur rapatriement**

Le Ministère de l'Europe et des affaires étrangères a procédé entre le 15 mars et le 30 avril au rapatriement de plus de 180 000 Français bloqués à l'étranger par les mesures de confinement arrêtées par les autorités locales et la suspension du trafic aérien. Ceux-ci ont pu trouver sur les antennes linéaires et numériques des opérateurs de l'audiovisuel extérieur des informations fiables, délivrées en lien avec le Centre de crise du MEAE.

► **La diffusion de programmes de service public pour prévenir les risques et accompagner les mesures décidées par les autorités sanitaires**

Outre la réorientation du JT de 12mn, **TV5 Monde diffuse de façon assez systématique les émissions spéciales de ses partenaires consacrées à la pandémie**, notamment celles utilisant des témoignages et accueillant des questions des téléspectateurs comme « *Antivirus* » de la RTS, « *Avec nous, chez vous* » de la RTBF et les soirées spéciales comme celle de France 2¹². TV5 Monde propose également un nouveau format : « *Culture à domicile* », collection numérique de programmes courts, dans lesquels des artistes internationaux francophones du monde entier s'expriment et livrent leurs messages de prévention.



Elle diffuse tous les messages de l'OMS, de l'UNICEF et de l'OIF et notamment les conseils pratiques spécifiques en direction de ses publics africains. Sur son espace numérique, TV5 Monde a mis en place un programme interactif de réponses par des médecins africains aux questions posées par téléphone par les internautes africains.

RFI et France 24 ont recentré leurs grilles de programmes et offres numériques sur l'information et l'interactivité et mis l'Afrique subsaharienne, où ils sont très largement suivis¹³, au cœur des priorités :

- **Ils ont fait évoluer la programmation de leurs magazines¹⁴ dans toutes les langues¹⁵.** En outre, les espaces publicitaires des deux médias sont prioritairement offerts aux organisations sanitaires qui délivrent des messages de prévention vers l'Afrique¹⁶.

¹¹ Cette plateforme associe des médias issus de plus de 60 pays, agit en collaboration étroite avec des acteurs comme Google et Facebook. A l'occasion de la journée internationale de la vérification des faits, qui a eu lieu le jeudi 2 avril, la plateforme « #CoronaVirusFacts Alliance » met à disposition du grand public, sur son site Internet, plus de 1500 faits vérifiés publiés par les partenaires. <https://www.poynter.org/coronavirusfactsalliance/>

¹² « Ensemble avec nos soignants » le 24 mars, « Vous avez la parole » le 27 mars et « #EtAprès : la grande émission des Européens », le 16 avril.

¹³ en Afrique francophone RFI et France 24 touchent plus d'un habitant sur deux chaque semaine.

¹⁴ Ainsi en première partie de l'émission « Appels sur l'actualité », les auditeurs réagissent aux mesures prises pour lutter contre le coronavirus et en fin d'émission, des personnalités africaines interviennent pour sensibiliser les auditeurs, « Priorité santé » propose un point quotidien sur la pandémie et les auditeurs posent des questions à un spécialiste, « Le débat africain » aborde chaque dimanche les impacts sur le continent africain et « Alors on dit quoi ? », le magazine hebdomadaire diffusé en français, décliné également en mandingue et en peul, propose des exemples d'initiatives, des conseils pratiques, avec des invités. **Sur les environnements numériques**, la rédaction internet propose une page spéciale et fournit chaque jour un point complet sur la pandémie. Des vidéos de prévention enregistrées sont publiées sur les réseaux sociaux afin de sensibiliser les auditeurs de RFI.

- **RFI a élargi l'amplitude de ses tranches de diffusion en ondes courtes en Afrique**, pour rendre accessibles les messages et émissions de prévention au-delà de ses 115 relais FM, mis spécialement à disposition de ses **500 radios partenaires** ses programmes consacrés à la pandémie, ainsi que des messages de préventions réalisés en français et en langues africaines. Enfin, de nombreuses initiatives sont portées en lien avec les Clubs RFI et le réseau des radios partenaires contribuent à la lutte contre la pandémie¹⁷.



Il en va de même pour les deux chaînes en langue arabe du groupe FMM, **France 24 en arabe**¹⁸ et **Monte Carlo Doualiya (MCD)**, très suivies au Maghreb, au Proche et au Moyen-Orient ainsi que pour la plateforme numérique « **InfoMigrants** »¹⁹.

On notera que durant cette période, les médias de FMM ont maintenu leurs lignes éditoriales en matière de promotion des droits des femmes²⁰ et de présence féminine à l'antenne, tant parmi les journalistes que parmi les invités.

► La participation au service de l'enseignement à distance

Les médias du groupe FMM, comme TV5 Monde, sont étroitement associés aux initiatives qui visent à assurer la continuité pédagogique à la maison pendant la période de confinement :

- leurs offres nourrissent l'initiative « Nation apprenante » lancée par le Ministère de l'Éducation nationale grâce à leurs programmes labellisés. Leurs contenus sont aussi accessibles sur la plateforme éducative de l'audiovisuel public Lumni. Dans ce cadre, le site **RFI Savoirs** recense, sur une page dédiée à l'initiative, l'ensemble de ses émissions labellisées au regard de leur portée pédagogique et de leur lien avec les programmes scolaires. **RFI a adapté certains formats de ses magazines** comme « *7 milliards de voisins* » pour proposer « L'école à la radio », ou encore

¹⁵ en français et en anglais (RFI et France 24), en haoussa, kiswahili, mandingue, peul et portugais (RFI). **Les rédactions en langues étrangères** proposent une programmation spéciale et donnent aux auditeurs les moyens d'identifier et déconstruire les fausses informations. Les émissions interactives quotidiennes sont recentrées sur la pandémie avec des réponses apportées par des spécialistes aux questions des auditeurs. En outre, les rédactions mettent à disposition sur leurs environnements numériques des affiches de prévention réalisées par Santé Publique France, pour consultation et impression, déclinées dans la langue concernée.

¹⁶ Y compris sous une forme adaptée par ses équipes, sur ses antennes en haoussa, en kiswahili, en mandingue et dans ses programmes en peul.

¹⁷ Les **70 clubs RFI** répartis dans 24 pays, acteurs de terrain impliqués au sein de leurs communautés, sont mobilisés pour relayer auprès des populations les informations essentielles pour adopter les bons comportements et contribuer à la diffusion des actions de prévention.

¹⁸ France 24 en arabe et MCD continuent de proposer des magazines et chroniques dédiées (« Femmes en pleine pandémie », « L'après-pandémie »...sur France 24 ou les rubriques « Santé » et « MCD répond à vos questions » ou encore « Tous ensemble contre le coronavirus », série de vidéos courtes diffusées sur youtube), des reportages réalisés par les correspondants, ainsi que des entretiens avec les responsables politiques et sanitaires du monde arabe. En outre, MCD est partenaire de l'initiative « la jeunesse du Maghreb en action pour relever les défis liés au Covid-19 », lancée par le bureau de l'UNESCO pour le Maghreb jeunessemaghreb.info.

¹⁹ Avec 76,5 millions de contacts, InfoMigrants, fruit d'une coopération entre FMM, Deutsche Welle et l'agence de presse italienne ANSA, s'est vu renouveler la confiance de la Commission européenne qui s'est engagée sur son financement pour une année supplémentaire. Elle est mobilisée pour l'information des populations vulnérables en français, en arabe, en dari, en pachtoune et en anglais.

²⁰ En outre sur France 24, « Actuelles », magazine consacré spécifiquement au droit des femmes a été parmi les premiers à reprendre sa diffusion, avec depuis le début de la crise, des numéros spéciaux sur : les violences conjugales qui ont considérablement augmenté à travers le monde depuis le début du confinement, les droits sexuels et reproductifs en cette période, les inégalités de genre face à la crise, les femmes en première ligne...

« Ensemble à la maison » qui promeut les initiatives et bonnes idées pour vivre le confinement au mieux et en lien les uns avec les autres. **TV5 Monde** met à disposition immédiatement ses outils et ressources consacrés au français²¹. et relaie **des programmes éducatifs proposés sur France 2 et France 4**, « La maison LUMNI²² » et les cours « Nation Apprenante » initiés par le ministère de l'Éducation nationale, à destination des élèves de primaire, collège et lycée²³.

- leurs ressources éducatives sont mises à la disposition d'autres initiatives lancées pour assurer la continuité pédagogique dans le monde francophone, à l'image de l'Agence pour l'Enseignement du Français à l'Étranger (AEFE), et des outils spécifiquement adaptés aux jeunes Africains et à leurs parents ont été conçus.
- Enfin, le site RFI Savoirs est référencé parmi les offres recommandées par le Ministère de la Culture, dans le cadre de l'opération « Culture chez vous ».

III. Des résultats d'audience qui témoignent de la crédibilité et de la fiabilité de médias de référence

► Une explosion significative de la consultation des espaces numériques

En mars, le nombre de visites (**110 millions**) des environnements numériques de RFI, France 24 et Monte Carlo Doualiya ont été multipliées par 2,5 (vs moyenne mensuelle 2019) et celui des **vidéos vues et démarrages audio (283 millions)** par 2,2.

Tableau par médias

	Environnement numériques		Vidéos et sons lancés	
	Millions de visites	Progression **	Nombre	Progression**
France 24	46,6	260 %	240	240 %
<i>Français</i>	22,1	200%		
<i>Anglais</i>	13	310%		
<i>Arabe</i>	7,2	200%		
<i>Espagnol</i>	4,3	470%		
RFI	59,1	280 %	33	190 %
<i>Français</i>	20,5	190%		
<i>Langues étrangères*</i>	38,6	380%		
MCD	3,4	160 %	9,8	110 %

* A noter les très fortes performances de **RFI en Chinois avec plus de 10,5 millions de visites (x 3,5)** ainsi que celles de **RFI en brésilien qui enregistre 6,8 millions de visites (x 2,9)**.

** Progression de mars par rapport à la moyenne mensuelle 2019

- Les offres en langue arabe (France 24 et Monte Carlo Doualiya) ont vu le nombre des visites (10,5 millions) multiplié par 2, ceux en anglais et en espagnol de France 24 (15,4 millions) et de RFI (7 millions) respectivement par 3,4 et près de 5.
- Sur les réseaux sociaux, RFI, France 24 et Monte Carlo Doualiya dépassent désormais les 78 millions d'abonnés (Twitter, Facebook et Instagram). En mars 2020, InfoMigrants a enregistré plus de 1,13 million de visites (+89%). Ces résultats illustrent l'intérêt porté au site et son utilité pour les populations vulnérables, tout particulièrement dans le contexte de crise sanitaire.
- L'audience numérique de France 24 enregistre une hausse de +99% entre février et mars 2020. Les régions où l'audience progresse le plus fortement sont l'Amérique du Nord (+118%), l'Europe (+111%) et l'Afrique/Moyen-Orient (+85%). L'audience numérique de RFI enregistre une hausse de +82% en français et +40% en langues étrangères entre février et mars 2020. En français, les connexions en provenance d'Afrique ont doublé d'un mois à l'autre.
- La forte augmentation des offres numériques observée en mars se confirme au mois d'avril.

²¹ Les ressources pédagogiques de TV5Monde sont prévues pour l'enseignement et l'apprentissage du français langue étrangère (FLE), peuvent être utilisées dans un contexte de français langue maternelle. En outre, 500 ouvrages de la littérature francophone dont de grands classiques français étudiés dans les programmes scolaires sont téléchargeables gratuitement à partir de la bibliothèque numérique de TV5Monde.

²² La plateforme éducative de l'audiovisuel public, diffusée en direct sur France 4. Ce programme est disponible dans le monde entier sur le site culture.TV5Monde.com. De même, en direct et en linéaire, sur le fil information (avec l'intégralité y compris « La Maison Lumni »).

²³ La quasi-totalité des cours virtuels est accessible partout dans le monde (sauf Etats-Unis pour raisons contractuelles) aux Français de l'étranger sur le site revoir.TV5Monde.com.

De même, les contenus de TV5 Monde ont vu en mars dernier leur audience progresser sur la quasi-totalité des territoires (216 pays).

- Le site information.tv5monde.com a enregistré près de 3,2 millions de visites (hausse de 229% sur un an). L'offre Langue française, avec plus de 2,4 millions de visites en mars, atteint des niveaux d'audience historiques. Le site dédié à la jeunesse a multiplié par 5 son nombre de visites. L'offre Culture a doublé son audience et la bibliothèque numérique progresse de 340%.
- Le site afrique.tv5monde.com progresse de 89 % avec près de 1,7 million de visites
- Sur l'ensemble des supports numériques, le nombre de vidéos vues atteint 53,8 millions, en hausse de 31 % sur un an. Au total, ce ne sont pas moins de 1,5 million d'heures de contenus qui ont été consommées sur le numérique en mars 2020 (+44 % en un an).
- La consommation progresse partout dans le monde, dans les zones habituelles comme l'Afrique Subsaharienne et le Maghreb, mais aussi par rapport à février en Europe avec des pointes significatives dans les pays les plus durement touchés (+98 % en Espagne, +217 % en Italie) et en Europe orientale (+151 % en Roumanie, +166 % en Pologne). La progression est aussi marquée tout particulièrement dans les pays d'Amérique du Sud.
- Les premières tendances indiquent pour avril 2020 une progression encore à la hausse, d'environ +14 % par rapport à mars.

IV. Des conséquences inquiétantes pour l'équilibre financier des opérateurs

► Une situation fragilisée par des ressources insuffisantes depuis plusieurs années

Dans nos précédents rapports, nous avons mis en exergue le besoin de financements des opérateurs de l'audiovisuel extérieur et souligné que la diminution de leurs moyens n'était en cohérence ni avec l'état des menaces, ni avec les ambitions affichées²⁴.

► Un effondrement des ressources publicitaires et des recettes de distribution qui risque d'être durable

Les ressources commerciales (publicité, parrainage, distribution) représentent une faible part dans les comptes d'exploitation des opérateurs de l'audiovisuel extérieur (3 % pour FMM²⁵ et 9 % pour TV5 Monde), mais dans des entreprises contraintes par des dotations publiques insuffisantes, leur réduction aura un effet considérable.

- La crise sanitaire et les mesures de confinement ont réduit la consommation comme la production de biens et services et donc asséché les achats d'espaces publicitaires.
- La reprise sera d'autant plus difficile pour ces opérateurs que leurs principaux annonceurs sont des compagnies aériennes, des chaînes hôtelières internationales et des offices du tourisme, secteurs affectés par la limitation durable des transports aériens.
- S'y ajoutent l'annulation ou le report d'évènements sportifs internationaux, comme les Jeux olympiques pour lesquels TV5 Monde avait acquis les droits de diffusion en Afrique, qui auraient été une source importante de recettes publicitaires et de parrainage.
- Enfin, la chaîne francophone pourrait perdre un certain nombre de ses contrats de distribution ou subir des réfections des recettes de distribution en raison de son incapacité à maintenir le sous-titrage en langue étrangère, condition substantielle de sa reprise dans des bouquets de programmes payants.

²⁴ <http://www.senat.fr/rap/a19-142-10/a19-142-102.html#toc10> Le projet de loi de finances pour 2020 prévoit l'allocation à FMM d'une dotation de 255,2 M€ (HT) en recul de 1 M€ par rapport à 2019 et en retrait de 9,9 M€ par rapport à la trajectoire fixée dans le contrat d'objectifs et de moyens.

²⁵ Publicité/parrainage : 3,5 M€ / distribution payante : 0,2 M€ / autres ressources propres (syndication, partenariats, éditions musicales, etc.) : 3,4 M€ / Hors subvention des bailleurs de fonds internationaux (principalement Europe) : 2,5 M€. FMM estime à ce stade à environ 2 M€ sur l'ensemble de l'année 2020 les pertes du fait de la crise Covid-19.

► **Sans doute, cette période de crise a-t-elle permis de générer des économies de fonctionnement**, mais dans des entreprises où les coûts de personnel constituent une part importante des charges d'exploitation (31 % pour TV5 Monde et 54 % pour FMM), **celles-ci seront marginales**, d'autant que les opérateurs publics, à la différence des opérateurs privés, n'ont pu bénéficier des dispositifs d'aide aux entreprises et de la possibilité de mettre une partie de leurs salariés en chômage partiel. **Elles s'efforceront de réaliser leur trajectoire budgétaire mais, dans ces circonstances y parvenir constituera, un exploit.**

► **Cette situation de fragilité est d'autant plus inquiétante que la crise affecte l'ensemble du secteur des médias.** On ne pourra en mesurer l'ampleur qu'en fin d'année mais elle affectera la trésorerie des opérateurs et pourrait durablement menacer leur équilibre financier si des dotations publiques, compensatrices ne leur étaient pas allouées. A défaut, ils risqueraient d'être obligés, une fois de plus, de réduire leurs capacités alors que l'on observe le regain des luttes d'influence sur les ondes et dans l'espace numérique, la multiplication des actions de désinformation et de déstabilisation, les efforts considérables de développement des médias extérieurs par les États puissances et les restrictions portées par les États autoritaires à la liberté d'information sur leur territoire. **Il est essentiel que la France et ses partenaires francophones maintiennent leur présence avec des médias porteurs de valeurs démocratiques et d'une éthique de l'information honnête, respectueuse de la vérité des faits et de la liberté d'expression des opinions, et qu'ils y consacrent des moyens importants.**

Dans la période troublée qui survient dans laquelle les équilibres géopolitiques vont être bouleversés, il serait temps que la France à l'instar de certains partenaires européens comme l'Allemagne ou francophones comme le Canada (qui continue à financer pleinement la plateforme d'œuvres audiovisuelles de TV5 Monde) prenne conscience que dans le monde numérique, l'influence passe plus que jamais par la diffusion de la culture et des valeurs, et reconnaisse la spécificité des opérateurs de l'audiovisuel extérieur en investissant massivement dans cette perspective.

<p>Commission des affaires étrangères, de la défense et des forces armées http://www.senat.fr/commission/etr/index.html 15 rue de Vaugirard 75006 Paris - secretariat-affetra@senat.fr</p>	
 <p>M. Christian Cambon, Président Sénateur du Val-de-Marne (Groupe Les Républicains)</p>	
<p>Les rapporteurs pour avis sur les programmes 844 « FMM » et 847 « TV5 Monde »</p>	
 <p>Mme. Joëlle Garriaud-Maylam Sénateur des Français établis hors de France (Groupe Les Républicains)</p>	 <p>M. Raymond Vall Sénateur du Gers (Groupe RDSE)</p>