

N° 94

SÉNAT

SESSION ORDINAIRE DE 2007-2008

Annexe au procès-verbal de la séance du 22 novembre 2007

AVIS

PRÉSENTÉ

au nom de la commission des Affaires étrangères, de la défense et des forces armées (1) sur le projet de loi de finances pour 2008, ADOPTÉ PAR L'ASSEMBLÉE NATIONALE,

TOME III

MÉDIAS

(Audiovisuel et chaîne d'information internationale)

Par Mme Monique CERISIER-ben GUIGA,

Sénatrice.

(1) Cette commission est composée de : M. Serge Vinçon, président ; MM. Jean François-Poncet, Robert del Picchia, Jacques Blanc, Mme Monique Cerisier-ben Guiga, MM. Jean-Pierre Placade, Philippe Nogrix, André Boyer, Robert Hue, vice-présidents ; MM. Jean-Guy Branger, Jean-Louis Carrère, Jacques Peyrat, André Rouvière, André Trillard, secrétaires ; MM. Bernard Barraux, Jean-Michel Baylet, Mme Maryse Bergé-Lavigne, MM. Pierre Biarnès, Didier Boroira, Didier Boulaud, Robert Bret, Mmes Paulette Brisepierre, Michelle Demessine, M. André Dulait, Mme Josette Durrieu, MM. Hubert Falco, Jean Faure, Jean-Pierre Fourcade, Mmes Joëlle Garriaud-Maylam, Gisèle Gautier, Nathalie Goulet, MM. Jean-Noël Guérini, Michel Guerry, Hubert Haenel, Joseph Kergeris, Robert Lafoaolu, Louis Le Pensec, Philippe Madrelle, Pierre Mauroy, Louis Mermaz, Mme Lucette Michaux-Chevry, MM. Charles Pasqua, Daniel Percheron, Xavier Pintat, Yves Pozzo di Borgo, Jean Puech, Jean-Pierre Raffarin, Yves Rispat, Josselin de Rohan, Roger Romani, Gérard Roujas, Mme Catherine Tasca, M. André Vantomme, Mme Dominique Voynet.

Voir les numéros :

Assemblée nationale (13^{ème} législ.) : 189, 276 à 281 et T.A. 49

Sénat : 90 et 91 (annexe n° 17) (2007-2008)

SOMMAIRE

	<u>Pages</u>
INTRODUCTION	5
I. LA DISPERSION ACTUELLE DES MOYENS DE L'AUDIOVISUEL EXTÉRIEUR FRANÇAIS	7
A. LE PROGRAMME 115 « AUDIOVISUEL EXTÉRIEUR » : UNE STAGNATION DES CRÉDITS	7
1. <i>TV5 Monde : un financement insuffisant</i>	7
2. <i>Radio France internationale (RFI) : une situation financière difficile</i>	16
3. <i>Canal France International : une diminution constante de la dotation publique</i>	25
4. <i>La radio franco-marocaine Médi 1 : une reconduction des crédits</i>	26
B. LE PROGRAMME 116 « CHAÎNE FRANÇAISE D'INFORMATION INTERNATIONALE » : UNE FORTE AUGMENTATION DE LA DOTATION À FRANCE 24 QUI SOULÈVE DES INTERROGATIONS	27
II. QUELLE RÉFORME DE L'AUDIOVISUEL EXTÉRIEUR ?	34
A. LES INCONVÉNIENTS DE LA SITUATION ACTUELLE	34
1. <i>La multiplicité des opérateurs</i>	34
2. <i>L'absence de cohérence</i>	35
3. <i>Un financement insuffisant</i>	35
B. LES SOLUTIONS A ÉCARTER	36
1. <i>La création d'une holding pour l'audiovisuel extérieur : « une fausse bonne idée »</i>	36
2. <i>La fusion autoritaire des opérateurs</i>	37
C. LES PROPOSITIONS DE VOTRE RAPPORTEUR	37
1. <i>Favoriser les synergies entre les opérateurs</i>	37
a) En matière éditoriale.....	37
b) En matière de distribution.....	38
c) Les autres synergies possibles.....	39
2. <i>Sur le plan budgétaire : garantir un financement équitable et transparent</i>	39
a) Regrouper dans un programme unique l'ensemble des crédits consacrés à l'audiovisuel extérieur	39
b) Garantir un financement pluriannuel équitable	39
c) Exempter les opérateurs de l'audiovisuel extérieur de la réserve légale	40
3. <i>Vers un pôle multimédia</i>	40
CONCLUSION	43
EXAMEN EN COMMISSION	45
ANNEXE : LISTE DES PERSONNALITÉS RENCONTRÉES PAR LE RAPPORTEUR	47

Mesdames, Messieurs,

Le lancement, en décembre 2006, de la nouvelle chaîne française d'information internationale « France 24 », souhaitée de longue date par l'ancien Président de la République, M. Jacques Chirac, a modifié sensiblement l'équilibre du paysage audiovisuel extérieur français.

A la différence de nos partenaires européens, qui disposent souvent d'un opérateur unique, comme la BBC pour le Royaume-Uni ou la Deutsche Welle pour l'Allemagne, l'audiovisuel extérieur français se caractérise, en effet, par la dispersion de ses opérateurs, avec deux chaînes de télévision – TV5 Monde et dorénavant France 24 – deux radios – Radio France International et RMC Moyen-Orient - et un organisme de coopération - Canal France International.

De nombreux rapports¹ ont ainsi mis en évidence la fragmentation, la mauvaise organisation et le manque d'efficacité de l'audiovisuel extérieur français, malgré un budget équivalent à celui consacré par nos partenaires.

Le nouveau Président de la République, M. Nicolas Sarkozy, a lancé, l'été dernier, une réflexion sur la réforme de l'audiovisuel extérieur français. La lettre de mission qu'il a adressée au ministre des Affaires étrangères et européennes, le 27 août 2007, évoque les enjeux de cette réforme de la manière suivante :

« Notre politique audiovisuelle extérieure, dont vous êtes le chef de file, constitue un enjeu majeur pour l'influence de la France et pour la diffusion de sa langue. La BBC a autant de moyens que l'audiovisuel extérieur français pour une visibilité et une influence beaucoup plus fortes. Il ne s'agit pas de copier un modèle, mais de créer les conditions d'un pilotage coordonné

¹ « La politique audiovisuelle extérieure de la France », rapport de M. Francis Balle, La Documentation française, Paris, 1996

Communication de M. Hubert Védrine, ministre des Affaires étrangères, sur la politique de l'audiovisuel extérieur (conseil des ministres du 30 avril 1998).

« Pour une nouvelle stratégie de l'action culturelle extérieure de la France : de l'exception à l'influence », rapport n° 91 de M. Louis Duvernois, présenté le 1^{er} décembre 2004, au nom de la commission des Affaires culturelles du Sénat.

« L'audiovisuel extérieur : quels choix pour demain ? », rapport n° 3589 présenté par M. François Rochebloine, au nom de la mission d'information de la commission des Affaires étrangères de l'Assemblée nationale, le 17 janvier 2007.

et efficace de notre politique audiovisuelle extérieure (radio, télévision et Internet) et de procéder aux réorganisations nécessaires (...). »

Un comité de pilotage, composé d'une vingtaine de fonctionnaires issus de différents ministères (services du Premier ministre, ministère des Affaires étrangères et européennes, ministère des finances, ministère de la culture) réunis sous la direction de M. Jean-David Levitte, conseiller diplomatique, et de M. Georges Marc Benamou, conseiller pour l'audiovisuel à la Présidence de la République, a été chargé de rédiger des propositions sur la réforme de l'audiovisuel extérieur. Il devrait présenter ses conclusions à la fin du mois de novembre.

Compte tenu des enjeux soulevés par la réforme de l'audiovisuel extérieur, non seulement sur le plan budgétaire, mais aussi pour l'influence de la France et du français dans le monde, votre rapporteur a souhaité y consacrer une large place.

Votre rapporteur s'est ainsi entretenu avec les principaux responsables de ce dossier au ministère des Affaires étrangères et européennes, avec les membres du comité de pilotage et les dirigeants des sociétés audiovisuelles concernées¹.

Sans préjuger à ce stade de la teneur des propositions qui pourraient être formulées par le comité de pilotage ou reprises par le gouvernement, votre rapporteur a souhaité présenter, dans la deuxième partie du présent rapport, les voies possibles d'une réforme de l'organisation et du financement de l'audiovisuel extérieur français.

Consacrée à l'examen des crédits envisagés dans le cadre du projet de loi de finances pour 2008, la première partie du présent rapport dresse le constat récurrent de l'éclatement actuel du paysage de l'audiovisuel extérieur français.

En effet, si les crédits consacrés à l'audiovisuel extérieur, à l'exception de la partie de la redevance versée à RFI, ont été regroupés au sein de la mission interministérielle « Médias », ils restent scindés entre deux programmes :

- le programme 115, qui regroupe l'ensemble des crédits consacrés par le ministère des Affaires étrangères et européennes à la politique audiovisuelle extérieure de la France. D'un montant de 159,191 millions d'euros pour 2008, il concerne TV5 Monde, RFI, CFI, RMC Moyen-Orient et la radio franco-marocaine Médi 1.

- le programme 116, relevant du Premier ministre, qui est entièrement consacré à la chaîne française d'information internationale France 24. Il est doté d'un financement de 70 millions d'euros dans le projet de loi de finances pour 2008, mais le gouvernement a d'ores et déjà annoncé que la dotation publique à France 24 sera portée à 88,5 millions d'euros en 2008.

¹ La liste des personnes entendues figure en annexe 1.

I. LA DISPERSION ACTUELLE DES MOYENS DE L'AUDIOVISUEL EXTÉRIEUR FRANÇAIS

A. LE PROGRAMME 115 « AUDIOVISUEL EXTÉRIEUR » : UNE STAGNATION DES CRÉDITS

Placé sous la responsabilité du ministère des Affaires étrangères et européennes, le programme 115 « Audiovisuel extérieur » représente, en 2008, 3,5 % des crédits du ministère des affaires étrangères et européennes (6,5 % hors aide publique au développement) et 31 % des crédits de la mission « médias ».

Il a pour vocation de financer les deux opérateurs de l'audiovisuel extérieur dont le ministère des Affaires étrangères et européennes assure la tutelle, TV5 monde et RFI, d'apporter un soutien à la modernisation des médias du Sud par le biais de Canal France International (CFI) et de soutenir financièrement la radio franco-marocaine Médi 1.

Le projet de loi de finances pour 2008 prévoit une dotation identique à celle de la loi de finances pour 2007, soit un montant total de 159,19 millions d'euros.

Il est toutefois prévu, grâce à une réduction de la trésorerie de Canal France International, qui se traduira par une reprise de provisions et une diminution du même montant de sa subvention annuelle, d'abonder les subventions de TV5 Monde et de RFI de 1,5 million d'euros chacun, afin de mettre en œuvre partiellement les priorités des deux opérateurs : l'augmentation du sous-titrage des programmes de TV5 Monde et la conclusion d'un contrat d'objectifs et de moyens entre RFI et l'Etat.

Programme 115 – Audiovisuel extérieur (en euros)

Opérateur	Autorisations d'engagement		Crédits de paiement	
	LFI 2007	PLF 2008	LFI 2007	PLF 2008
TV5-Monde	64 221 844	65 721 844	64 221 844	65 721 844
CFI	19 500 000	16 500 000	19 500 000	16 500 000
RFI	69 630 000	71 130 000	69 630 000	71 130 000
Monte Carlo Doualiya (ex-RMC-MO)	4 770 000	4 770 000	4 770 000	4 770 000
Médi 1	1 070 000	1 070 000	1 070 000	1 070 000
Total Action 1	159 191 844	159 191 844	159 191 844	159 191 844

1. TV5 Monde : un financement insuffisant

Créée en 1984, à l'initiative de la France et en partenariat avec des pays francophones (Suisse, Belgique, Canada Québec), TV5 Monde constitue aujourd'hui le deuxième réseau mondial de télévision internationale, devant CNN International, BBC World et derrière MTV. Elle peut être reçue par plus

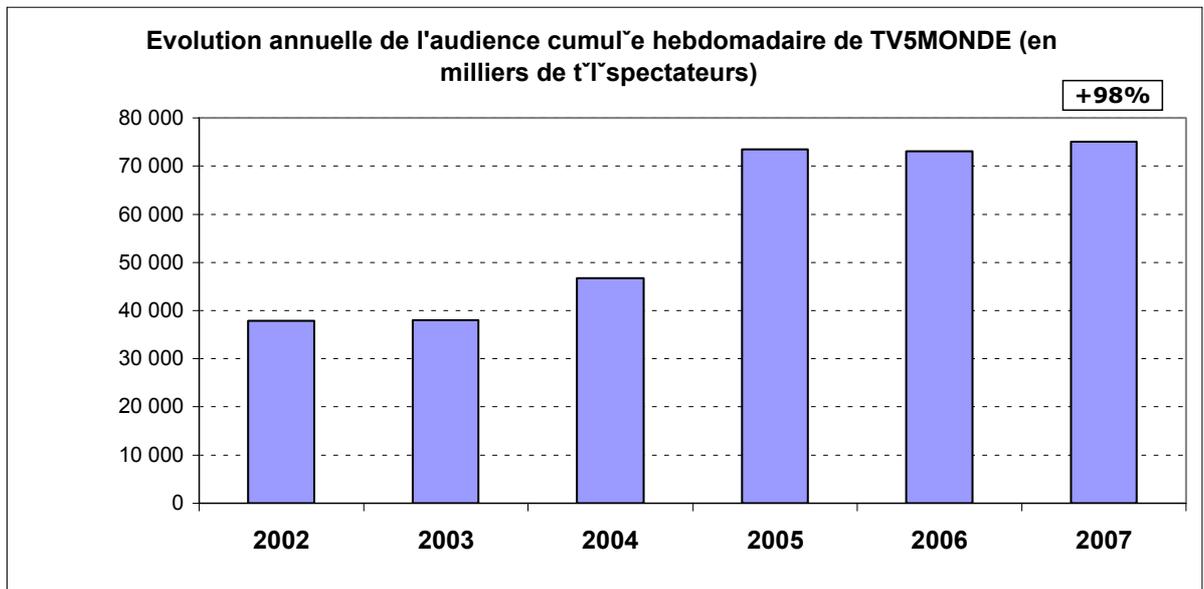
de 181 millions de foyers dans le monde, qui représentent (hors Chine où la présence des chaînes étrangères n'est pas autorisée) 20 % des foyers TV du monde entier et 59% des foyers TV câble et satellite. Ses chaînes couvrent 200 pays et territoires, répartis sur cinq continents. 5700 hôtels sont raccordés dans le monde pour une présence dans 3 millions de chambres.

Première chaîne de télévision en français au monde, TV5 Monde est une chaîne généraliste qui propose une vision originale du monde à travers une programmation et une information soucieuses de faire connaître et partager la diversité des cultures et des points de vue. TV5 Monde a su adapter sa diffusion mondiale par la déclinaison de 8 signaux spécifiques à chaque continent, des décalages horaires et des sensibilités des publics.

En termes d'audience, la dernière synthèse des études menées auprès de 87 % de son public potentiel permet de créditer TV5 d'une **audience cumulée hebdomadaire de 75 millions** de téléspectateurs dans le monde.

AUDIENCE ET RECEPTION PAR SIGNAL (JUN 2007)			
	Distribution 24H/24 & 7J/7	Audience cumulée hebdomadaire	Audience cumulée quotidienne
	<i>nb foyers / chambres hTMtel</i>	<i>nb t^lspectateurs</i>	<i>nb t^lspectateurs</i>
TV5MONDE - FBS	19 733 607	4 875 927	1 502 642
France	12 832 563	2 630 000	747 900
Belgique / Luxembourg	3 381 059	1 607 927	533 242
Suisse	3 519 985	638 000	221 500
TV5MONDE - Europe	94 101 803	12 972 701	3 358 795
Europe de l'Ouest	37 081 580	1 515 799	270 756
Europe de l'Est	21 631 479	5 303 697	1 480 691
Europe du Sud	23 703 590	3 999 737	1 153 741
Europe du Nord	11 685 154	2 153 467	453 606
TV5MONDE - Orient	29 233 257	19 452 216	8 310 518
Maghreb	11 030 729	16 537 000	7 460 000
Proche et Moyen-Orient	13 258 886	1 920 001	608 681
Pays du Golfe	4 943 642	995 215	241 837
TV5MONDE - Afrique	5 355 559	18 472 324	8 732 887
Afrique de l'Ouest	1 883 744	9 578 130	4 568 509
Afrique Centrale	1 273 366	3 761 746	1 750 087
Afrique de l'Est / Afrique Australe	2 198 449	5 132 447	2 414 291
TV5MONDE - Québec Canada	6 431 584	3 313 000	925 000
Canada	6 431 584	3 313 000	925 000
TV5MONDE - USA *	238 394	715 182	280 000
Etats-Unis	238 394	715 182	280 000
TV5MONDE - Amérique latine	8 463 162	5 927 473	1 333 397
Amérique Latine / Caraïbes	8 463 162	5 927 473	1 333 397
TV5MONDE - Asie	17 825 952	9 315 663	2 154 393
Asie Centrale / Asie du Sud	11 443 927	4 256 357	608 052
Asie de l'Est / Asie du Sud Est / Pacifique	6 382 025	5 059 307	1 546 341
TOTAL TOUS SIGNAUX	181 383 318	75 044 486	26 597 632

Audience cumulée : nombre de personnes ayant regardé TV5MONDE au mois une fois au cours de la période
 * TV5MONDE USA : chaîne payante disponible uniquement sur abonnement à la carte



Comme on peut le constater, l'audience cumulée hebdomadaire de la chaîne a quasiment doublé depuis 2002.

La stratégie déployée ces dernières années par TV5 Monde, en particulier sous les présidences de MM. Jean Stock et Serge Adda, commence donc à porter ses fruits.

Avec une contribution qui représente plus de 80 % des contributions des pays ou collectivités partenaires (Suisse, Belgique et Canada-Québec), la France finance actuellement 76 % du budget de TV5 Monde.

L'année 2006 a été particulièrement difficile à gérer pour TV5 Monde : après un « gel » initial de 2,95 millions d'euros, des levées partielles laissant encore subsister un déficit prévisionnel de 0,95 million d'euros en octobre, l'année s'est finalement terminée sur une réduction de 0,38 million d'euros de la contribution française.

TV5 Monde a donc été obligé de réduire ses dépenses de programmes et de communication, l'année 2006 a finalement pu être clôturée avec un résultat légèrement bénéficiaire de 0,04 millions d'euros.

Au cours de l'année 2006, TV5 Monde a poursuivi son activité, dans le cadre du plan stratégique (2006-2009) adopté par les Ministres lors de la Conférence de Bruxelles du 19 septembre 2005.

Le plan stratégique de TV5 Monde

Les principaux axes de ce plan sont l'**accessibilité** et l'**attractivité** de TV5 Monde.

- TV5 MONDE doit veiller à mieux s'enraciner pour se rendre **plus accessible** en :
 - Consolidant son réseau mondial de distribution et en mettant en place, zone par zone, une veille pour les nouvelles technologies afin d'être toujours prêt à y accéder ;
 - Adaptant ses chaînes aux attentes de ses téléspectateurs zone par zone (nombre de signaux, modalités de programmation, contextualisation des programmes) ;
 - Sous-titrant de façon plus importante ses programmes pour permettre aux francophiles et aux non-francophones, de pouvoir y accéder.
- Participant au maintien de la position de la langue française dans le monde et en apportant un soutien actif aux enseignants.
- TV5MONDE doit renforcer son identité pour la rendre **plus attractive** :
 - = L'information sur TV5MONDE doit incarner encore plus « la différence » francophone ;
 - Les programmes doivent refléter les valeurs universelles de la francophonie et permettre une ouverture sur le monde ;
 - Les grilles de programmes doivent être claires, stables, fidélisantes et plus toucher les jeunes ;
 - La mission culturelle et éducative de TV5MONDE doit se prolonger au-delà de ses antennes grâce au site Internet et au dispositif « Apprendre et enseigner le Français avec TV5MONDE » ;
 - La communication de la chaîne doit devenir plus offensive.

- Source : MAEE

L'année 2006 a été avant tout marquée par la mutation du dispositif technique de production, post-production et diffusion, et par son déménagement de la rue Cognacq-Jay à son nouveau siège situé 131 avenue de Wagram, partagé avec CFI.

Le déménagement de l'ensemble de l'entreprise a été effectué entre le 6 juin et le 25 juillet 2006. La bascule technique a été réalisée mi-juin 2006, dans des conditions difficiles.

Dans le même temps, une réflexion approfondie sur les grilles de programmes a été menée, région par région, de manière à mieux répondre aux attentes des téléspectateurs, à leurs habitudes de vie et d'écoute. Les nouvelles grilles qui, notamment, prévoient des cases dédiées aux jeunes publics et des plages encore étendues de programmes sous-titrés, ont été mises à l'antenne à compter d'avril 2007.

Parallèlement un nouveau schéma organisationnel a été dessiné. En s'appuyant sur les conclusions d'un audit mené par un cabinet indépendant au cours de l'été 2006, ce nouveau schéma vise à resserrer l'organigramme de la société, préciser les responsabilités, organiser davantage les relations horizontales dans l'entreprise, tant en termes d'efficacité de fonctionnement au

quotidien entre les services qu'en termes de réflexion commune sur ses axes de développement stratégique. Cette organisation, construite autour de 3 pôles (pôle antenne, pôle réseaux, pôle ressources) a été mise en place progressivement au cours du premier semestre 2007 : d'abord le pôle ressources, dès janvier 2007, sous l'autorité d'un Secrétaire Général, puis fin mars 2007 pour le pôle antenne sous l'autorité d'un Directeur Général Adjoint-Directeur de l'antenne.

Le budget initial 2007, en augmentation globale de 0,94% par rapport au budget révisé 2006, a été élaboré sur la base des priorités stratégiques de la chaîne : consolidation de sa distribution et amélioration de son audience, dans la limite des contributions annoncées par les États bailleurs de fonds.

La poursuite de ces objectifs supposait notamment une refonte des grilles de programmes visant à améliorer leur adéquation aux attentes des publics :

- Lancement d'une case jeunesse pour séduire les plus jeunes ;
- Augmentation substantielle des plages de programmes sous-titrés en langues étrangères afin d'en permettre l'accès à un auditoire élargi.

L'augmentation annoncée des contributions publiques permettait de faire face aux glissements contractuels et ajustements inéluctables, mais **la situation budgétaire de TV5 Monde est aussi incertaine en 2007, qu'en 2006, en raison d'une diminution de plus de 3,2 millions d'euros opérée sur le montant de la subvention française** (taxation au titre des retraites des anciens combattants africains et réserve légale).

Les objectifs de consolidation de la présence de la chaîne, d'accroissement de ses audiences et de ses ressources propres demeurent des objectifs fondamentaux.

Mais pour pallier les incertitudes sur ses recettes, l'entreprise a dû prendre les mesures conjoncturelles qui s'imposaient pour sauvegarder ses équilibres financiers tout en préservant ses objectifs fondamentaux :

- Arrêt d'émissions propres ;
- Réduction drastique des dépenses de communication ;
- Réduction des reportages de la rédaction.

Cependant, de juin 2006 à juin 2007 la distribution de TV5 Monde a progressé de 11%. Cette augmentation est sensible surtout en Europe où le nombre d'abonnés à des bouquets payants continue de croître.

L'audience de la chaîne a également continué de progresser de manière continue malgré un environnement de plus en plus concurrentiel.

De plus TV5 Monde a continué à augmenter le niveau et la part de dépenses de programmes dans son budget (+ 1,27% entre 2006 et 2007).

NIVEAU & PART DE PROGRAMMES DANS BUDGET TV5 MONDE (EN EUROS)

	2006	2007
BUDGET GÉNÉRAL	91 033 861	91 892 166
PROGRAMMES	43 360 112	44 936 424
PART EN %	47,63%	48,90%

L'augmentation du niveau et de la part des programmes dans le budget de TV5 Monde est justifiée, conformément au plan d'action stratégique 2006-2009, par une évolution de la programmation et l'augmentation du sous-titrage. Il convient de noter qu'une grande partie de ces évolutions a été financée par l'arrêt de productions propres comme "Le Monde de TV5" et "Terre de Sport", et donc par redéploiement.

Les principales priorités pour 2008 sont les suivantes :

▪ **La programmation :**

La mise à l'antenne de nouvelles grilles en avril 2007 devrait permettre de poursuivre encore la politique d'amélioration de la qualité de la programmation débutée fin 2005. Les objectifs principaux de ces nouvelles grilles sont :

- Le rajeunissement de la chaîne grâce à davantage de programmes jeunesse et une programmation thématique dédiée (Tivi 5) ;
- Une nouvelle politique d'approvisionnement en matière de films, fictions, documentaires et magazines notamment grâce à l'allongement de la durée des cases correspondantes ;
- Une programmation de l'information (journaux partenaires et journaux TV5 Monde) permettant à chacun de trouver l'information dont il a besoin sur chaque réseau à un horaire adapté.

Ces nouvelles grilles ne sont pas définitives mais évolutives notamment dans le domaine de l'information pour lequel certaines des conclusions des ateliers de travail spécifiques restent à mettre en œuvre.

▪ **Le sous-titrage :**

Le sous-titrage est indispensable pour conquérir les millions de téléspectateurs qui reçoivent TV5MONDE mais qui ne comprennent pas ou mal le français. Les études audimétriques menées aux Pays-Bas et en Allemagne démontrent qu'un programme sous-titré dans la langue locale recueille entre 2 et 5 fois plus d'audience. Le sous-titrage est également essentiel pour garantir la distribution de la chaîne dans les offres de base, et pour réduire, sur certains marchés, les coûts de distribution.

L'objectif en 2006 (pour un montant global annuel de 2,3 M€) consistait à élargir le volume de sous-titrage dans les langues existantes, en particulier sur 2 nouvelles cases magazine, afin de proposer chaque soir une case sous-titrée. Le volume de programmes sous-titrés a augmenté de 10% permettant ainsi d'offrir une gamme étendue d'émissions sous-titrées avec des

magazines (Vie Privée, Vie Publique, Esprits libres, Des Racines et des Ailes) ou encore des divertissements (Fort Boyard, La carte aux Trésors).

Pour 2007, la réalisation du plan stratégique nécessite d'importants moyens budgétaires supplémentaires. En effet, il prévoit pour chaque signal dans les langues existantes d'élargir le volume horaire de diffusion et donc les genres de programmes : documentaires, divertissements, grands magazines des TV partenaires. L'élargissement de la plage horaire devrait s'accompagner aussi, pour certains signaux, de l'introduction de nouvelles langues.

TV5 Monde offre actuellement 10 langues de sous-titrage par tous moyens (télétexte, DVB, incrusté) selon les réseaux : anglais, portugais « brésilien », espagnol « latino », allemand, suédois, russe, danois, néerlandais, arabe, option français.

L'accélération en 2007 de la politique de sous-titrage (pour un montant global annuel de 3,7 M€) trouve son financement dans la franchise d'une demi année de loyers négociée par TV5 Monde auprès du propriétaire de ses locaux. Pour 2008, TV5 Monde devrait bénéficier d'une augmentation de 1,5 million d'euros pour mettre en place son plan de sous-titrage. **Votre rapporteur considère cependant que la part du financement de l'ordre de 4 millions d'euros, consacrée au sous-titrage pour dix langues reste très insuffisante au regard des enjeux.** A titre de comparaison, Arte consacre environ 16 millions d'euros pour le doublage en deux langues : français et allemand.

▪ **l'information :**

L'information sur TV5 Monde est d'une diversité rare, elle est le fruit du travail mené par sa rédaction et celles de ses chaînes partenaires dont TV5 Monde doit diffuser au moins un journal télévisé par jour pour chacun d'entre eux.

La chaîne privilégie la mise en perspective, le commentaire, l'analyse et lorsqu'ils sont utiles, la présence d'invités internationaux et n'hésite pas à « casser l'antenne » et donc à modifier sa programmation si l'actualité le justifie.

L'affirmation de l'identité généraliste et multilatérale de la chaîne dans un contexte de plus en plus concurrentiel supposait une réflexion approfondie sur la place de l'information, sa ligne éditoriale, l'équilibre entre les journaux propres et les journaux partenaires.

Pour améliorer la pertinence et la qualité de l'information des groupes de travail ont été organisés fin 2006 et début 2007. Ils ont conduit à l'élaboration d'un plan d'action destiné à opérer une restructuration de la rédaction, un renforcement de son encadrement, une programmation à des horaires plus adaptés et une amélioration des outils et des sources d'images de la rédaction.

À la mi-2007 certains éléments de ce plan d'action sont encore en discussion avec les représentants du personnel de TV5 Monde. Il est indéniable que le lancement de France 24 a suscité de vives inquiétudes qui ralentissent le processus et créent des tensions. À ce titre, le Président fin 2006 et le directeur de la rédaction début 2007 ont fait l'objet de motions de défiance. Le directeur de l'information a par la suite démissionné. L'un des principaux points de discussion a été le fait que plus de journaux sont produits afin de s'assurer que l'information est à la fois très récente et adaptée au public de la chaîne sur lequel elle se trouve alors que quantitativement, moins de journaux sont présents sur les grilles (ce qui réduirait trop la place de l'information). L'autre principal point de discussion a été le manque de moyens de la rédaction.

Les premiers effets de ce plan d'action ont cependant été visibles lors de la couverture des élections présidentielles et législatives françaises. L'émission hebdomadaire dédiée, France 2007, a réussi à mobiliser tous les principaux candidats à la présidentielle. La chaîne a reçu de nombreux témoignages de reconnaissance et de satisfaction des expatriés et des ambassades.

▪ **La francophonie**

TV5 Monde a inscrit plusieurs de ses actions de développement dans le prolongement des décisions prises au Sommet de Ouagadougou et de la mise en œuvre du cadre Stratégique décennal.

L'action de soutien à la francophonie et de promotion du français, a pu être optimisée grâce à des financements additionnels extérieurs, mobilisés en 2006 et en 2007, à hauteur de près de 270 000 euros annuels (ministère des Affaires étrangères et européennes, l'Organisation Internationale de la Francophonie, l'Agence universitaire de la Francophonie, la Commission européenne). S'y ajoutent des contributions ad hoc de la Communauté Française de Belgique et de la Suisse.

TV5 Monde a notamment pu ainsi assurer la production de contenus pédagogiques multimédia, désormais accessibles via deux toutes nouvelles rubriques en ligne sur son site tv5.org, Apprendre.TV et Enseigner.TV, et fédérer d'autant des publics additionnels (les apprenants) ou très prescripteurs (les enseignants).

Les financements récoltés ont, en outre, bénéficié à la production du magazine 7 jours sur la planète, qui en 2007, s'est trouvé aux première ou deuxième place des consultations des internautes, avec près de 550 000 visites. Ce magazine et son dispositif pédagogique ont obtenu, fin 2006, le Label européen des langues décerné par l'Agence Socrates-Leonardo da Vinci.

Montant du budget affecté à la promotion d'émissions originales destinées au public francophone et à l'information

	2006 en milliers d'euros	2007 en milliers d'euros
PRODUCTION	5 507	2 375
INFORMATION	13 003	11 667

Dans le cadre du projet de loi de finances pour 2008, les crédits alloués à TV5 Monde par le ministère des Affaires étrangères et européennes s'élèvent à 65,7 millions d'euros, soit une légère hausse de 1,5 million (2,34%) par rapport à 2007 (64,22 millions d'euros), pour un budget de 91,89 millions d'euros.

La dotation publique versée à TV5 Monde (70 millions d'euros en comptant la dotation versée par France Télévision) devrait donc être très inférieure à celle versée à France 24 (88,5 millions d'euros).

Évolution de la dotation de l'Etat accordée à TV5 Monde

(en millions d'euros)

	2003 (Exécution)	2004 (Exécution)	2005 (Exécution)	2006 (Exécution)	2007 (Exécution)	PLF 2008
Ressources publiques	65,9	66,63	67,60	66,20	68,42	70,02
dont MAE	61,11	62,64	63,61	62,11	64,22	65,7
Budget total	82,23	86,25	88,64	90,47	91,89	

Comparaison des dotations publiques à TV5 Monde et à France 24

(en millions d'euros)

BENEFICIAIRES	Exécution 2005	Exécution 2006	LFI 2007	PLF 2008
TV5 Monde	67,60	66,20	68,42	70,02
dont programme 115	63,61	62,11	64,22	65,72
dont France TV	3,99	4,09	4,20	4,30
France 24				
Programme 116	-15,00	63,00	69,54	88,50 ¹

¹ Dont 18,50 millions d'euros en cours de gestion par redéploiement

2. Radio France internationale (RFI) : une situation financière difficile

Radio France Internationale (RFI) est une radio publique française qui diffuse à Paris et partout dans le monde. Avec 45 millions d'auditeurs en 2006, c'est la troisième station de radio internationale la plus écoutée au monde, derrière BBC World Service, et Voice of America, et à égalité avec la Deutsche Welle. RFI émet 24h/24 dans le monde entier en français et 19 autres langues, en FM, en ondes courtes et en ondes moyennes, sur le câble, sur Worldspace et sur internet.

La subvention du ministère des affaires étrangères au budget de RFI devrait être en hausse de 2,15 % en 2008 par rapport à 2007 ; avec un montant de 71,1 millions d'euros, contre 69,63 millions d'euros en 2007, soit une légère augmentation d'environ 1,5 million d'euros.

A cette subvention s'ajoute une dotation de 58,72 millions d'euros au titre de la redevance.

Le budget global de RFI s'élèvera donc à 129,85 millions d'euros en 2008.

Avec une dotation de près de 133 millions d'euros en 2008 (y compris une dotation de 4,7 millions d'euros pour sa filiale Monte Carlo Doualiya, ex RMC-Moyen orient), RFI reste donc l'opérateur audiovisuel extérieur français le mieux pourvu, tout en étant loin de disposer de moyens équivalents à ceux de ses principaux concurrents.

De ce fait, **son impact dans le monde ne peut être que très contrasté.** Comme le précise la réponse du Gouvernement au questionnaire adressé par votre rapporteur : *« la réussite reconnue du programme en français, sans doute obtenue au prix d'un investissement insuffisant en faveur des autres langues, ne suffit pas à imposer RFI dans les zones non francophones.*

A cet égard, le Gouvernement a depuis plusieurs années invité RFI à repenser sa politique en matière de production et de diffusion en langues étrangères. Une réflexion en ce sens a été entreprise à l'automne 2004 par la nouvelle direction de l'entreprise, qui a réalisé, en complément du rapport remis par l'Inspection générale des finances début 2004, une analyse interne précise de la vingtaine de rédactions en langue étrangère. Cette étude témoigne malheureusement du caractère obsolète de nombre d'entre elles, de leur manque d'audience et met en évidence pour certaines l'impossibilité d'obtenir un impact minimal pour un coût supportable par l'entreprise. Pour la plupart, la production n'atteint pas des volumes suffisants pour permettre une programmation efficace et, de plus, n'est parfois plus adaptée aux attentes des publics étrangers, faute d'un renouvellement suffisant des équipes rédactionnelles. Force est de constater que l'évolution de cette situation est extrêmement lente.

D'une façon générale, RFI concentre déjà ses efforts sur ses points forts, l'Afrique et le monde arabo-musulman, qui sont les premières priorités que lui a assignées le Gouvernement, et dans une moindre mesure sur l'Europe orientale et la Chine où ses positions et sa notoriété sont nettement plus fragiles. Mais son impact est totalement marginal dans nombre de régions du monde faute de moyens de diffusion efficaces et de programmes adaptés, à tel point qu'on doit aujourd'hui se demander s'il reste utile de continuer d'émettre des fragments de programmes (une heure par jour, et parfois une heure par semaine...) vers des zones où notre radio internationale est à l'évidence totalement inaudible.

RFI reste un média de référence en Afrique subsaharienne francophone. Plus largement, sa notoriété et la qualité de sa rédaction Afrique devraient lui permettre de consolider cette position sur l'ensemble du continent africain (hors Afrique du nord), où la radio reste le média le plus populaire, à condition de renforcer sa production d'émissions en anglais et portugais et de proposer des émissions dans les grandes langues vernaculaires comme le swahili qui font défaut dans une zone où RFI entend toucher des publics bien au delà des élites urbaines francophones ou anglophones. C'est maintenant le cas pour le haoussa, dont une rédaction légère a été mise en place en mars 2007 (6 personnes dont 2 techniciens) à Lagos, dans les locaux de la VON (Voice of Nigeria) mais sous contrôle éditorial de RFI.

Cette place de premier plan en Afrique confère à RFI une responsabilité particulière, assumée à travers une ligne éditoriale équilibrée qui contribue à consolider l'influence de la France et à favoriser un renforcement de l'état de droit partout où c'est nécessaire. Les difficultés éprouvées par RFI en RDC, au Gabon, au Niger...etc démontrent le caractère très sensible du travail des journalistes de RFI et la nécessité d'une vigilance particulière de la part de la direction de la rédaction. En 2006-2007, RFI continue de renforcer ses positions en Afrique, particulièrement en FM (les nouvelles stations : Conakry et Labé en Guinée, Garoua et Maroua au Cameroun, Gao, Mopti et Ségou au Mali), sans pour autant abandonner la diffusion en ondes courtes qui reste utile pour toucher les zones rurales et, périodiquement, pour contrer l'interdiction par certains régimes de ses relais terrestres en FM (Rwanda par exemple).

Au Proche et Moyen Orient, RFI a la chance de pouvoir s'appuyer sur une chaîne en arabe, Monte Carlo Doualiya, (ex RMC-Moyen orient), dont l'audience et la notoriété se sont malheureusement dégradées face à la concurrence des nombreuses radios émettant en FM, ainsi qu'à celle des innombrables télévisions satellitaires qui arrosent la zone. En outre, l'obtention de nouvelles FM est de plus en plus difficile et il n'est maintenant guère possible d'aller plus loin et la FM, à l'évidence plus efficace que l'onde courte ou l'onde moyenne, n'est pas la panacée : plusieurs marchés essentiels (Egypte, Arabie Saoudite, Yemen...) y sont pour l'instant totalement fermés et

les licences à payer aux Etats ou aux opérateurs locaux qui les acceptent sont de plus en plus coûteuses (Emirats arabes unis).

Le Gouvernement a demandé à RFI d'accorder une priorité à la modernisation et au renforcement des programmes de Monte Carlo Doualiya. Un plan de relance visant à améliorer le contenu de l'antenne (notamment la tranche info du matin), à réorganiser la rédaction, à promouvoir davantage la radio et à renforcer sa diffusion en recherchant des partenariats a été élaboré et mis en place. Ce plan implique une augmentation de la subvention de RFI en faveur de sa filiale ; le Ministère des Affaires étrangères, quant à lui, renforce la sienne par une augmentation de 500 000 euros.

Les efforts réalisés depuis plusieurs années par RFI en Europe rencontrent pour leur part des résultats de plus en plus décevants. Dans ces pays à la francophonie déclinante et dont les marchés radiophoniques sont devenus très concurrentiels, il est difficile à une radio internationale, dont les équipes rédactionnelles restent, pour l'Europe de l'Est, marquées par la guerre froide, de s'adapter à la demande des publics locaux. Même quand RFI dispose d'une équipe locale comme à Lisbonne, les résultats restent très médiocres (0,1% d'audience pour une dépense annuelle directe d'environ 500 000 euros !). D'une façon plus générale, alors que de nombreuses radios françaises, publiques ou privées, peuvent désormais être écoutées n'importe où dans le monde via l'Internet, la pertinence du concept de radio transnationale dans les pays développés et démocratiques devient de moins en moins évidente.

Enfin, dans la plupart des autres régions du monde, Asie, Amérique, Océanie, RFI n'a pas, et ne retrouvera pas à l'avenir, la capacité d'atteindre des niveaux d'audience réellement significatifs, notamment du fait d'un volume insuffisant de programmes en langues étrangères. Les moyens non négligeables qu'elle y consacre pourtant seraient probablement mieux utilisés à renforcer ses positions dans les zones où le potentiel de RFI est réel. En contrepartie, un renforcement des langues étrangères sur le site Internet rfi.fr ouvrirait l'accès à de nombreux publics de décideurs, dans des zones comme l'Asie ou l'Amérique du nord. Dans ces zones notamment, ainsi qu'en Europe, les sites Internet du groupe RFI sont donc amenés à jouer un rôle croissant pour répondre à la forte demande (33,15 millions de visites en 2006) et soutenir la concurrence des grands médias internationaux. C'est un défi important que doit relever RFI car l'Internet sera de plus en plus une alternative à l'onde courte, dans les pays où l'information est bridée, aussi bien que dans ceux où il est devenu trop coûteux d'émettre par la voie des ondes.

De plus en plus, RFI est également pour la France un outil de coopération au service de la diversité culturelle et du pluralisme des médias. Dans les pays du Sud, la diffusion de RFI contribue à la diversité de l'information et à l'implantation d'un état de droit, mais doit être accompagnée d'actions (conseil, formation, échanges et coproduction de programmes) en faveur des radios locales visant à affermir leurs positions et

encourager l'ouverture des paysages radiophoniques. En 2006-2007, RFI a ainsi poursuivi ses actions en faveur de la radio publique afghane et des personnels techniques francophones de la radio publique libanaise, elle a apporté un appui aux radios communautaires de la République démocratique du Congo, soutenu la diffusion de la radio nationale centrafricaine et développé des actions de formation au Niger, en Guinée et en Indonésie. Elle a aussi reçu de nombreux stagiaires à Paris. Du reste, le Gouvernement envisage de traduire cette priorité renforcée à travers une participation de RFI au capital et au conseil d'administration de CFI, qui a vocation à devenir l'outil de coordination de l'ensemble des actions de coopération audiovisuelle de la France. »

C'est malheureusement dans un contexte budgétaire très contraint que l'entreprise doit affronter cette difficile phase de réorganisation en profondeur. Le Gouvernement considère qu'une réorganisation interne de RFI devrait lui permettre de réaliser des économies significatives. Il compte s'appuyer sur les résultats d'un rapport de l'Inspection générale des Finances.

Mais cet exercice, fondé sur une remise en question du concept de radio internationale et des méthodes de travail en vigueur dans l'entreprise, implique des négociations sociales délicates que la direction n'a pas encore menées à leur terme. Plusieurs chantiers, outre celui des langues étrangères, ont cependant déjà été explorés :

Le premier facteur d'économie identifié en réduisant drastiquement le coût de la diffusion en ondes courtes (5 millions d'euros par an environ), a été obtenu, par des négociations serrées avec TDF, en accord avec les tutelles, et a abouti à une économie totale de 34,5 millions d'euros étalée jusque 2011, date de fin du contrat.

Le volume de diffusion est réduit à 92 heures, au lieu des 168 heures d'avant la renégociation, ce qui correspond aux besoins réels de RFI d'après le Gouvernement, notamment sur le continent africain où les ondes courtes doivent pour l'instant être maintenues. D'autres économies en diffusion ont été faites hors contrat TDF, là où leur coût et leur pertinence étaient problématiques, comme à Boston par exemple.

Un effort de réorganisation interne devrait également permettre de réaliser des économies significatives selon le Gouvernement. A cet égard, les retards accumulés sur le chantier de la numérisation de la production, bien avancé au plan technique mais qui reste inabouti faute de certains accords sociaux, pénalisent l'entreprise depuis plusieurs années. Le Gouvernement a donc demandé à RFI de le faire aboutir rapidement et d'en tirer toutes les conséquences en termes d'effectifs.

L'évolution des dotations publiques à RFI (en millions d'euros) depuis 2002

	LFI 2002	LFI 2003	LFI 2004	LFI 2005	LFI 2006	PLF 2007	PLF 2008
MAE	69,67 (57,67 %)	70,37 (57,36 %)	71,42 (57,40 %)	72,13 (57,31 %)	69,54 (55,45%)	69,63 (55,2%)	71,13 (55,07%)
Redevance	51,23 (42,40 %)	52,30 (42,63 %)	53,00 (41,58 %)	53,71 (41,77 %)	55,86 (42,89%)	56,53 (42,74%)	58,03 (44,92%)
Total	120,80	122,67	127,51	128,62	130,21	132,24	133

L'exercice 2008 risque donc d'être difficile pour RFI.

En 2007, alors que le ministère des Affaires étrangères est contraint, faute de progression du programme 115, de reconduire sa dotation à un niveau quasi-identique au montant effectivement versé en 2006 (+ 90 000 euros), la redevance ne progresse que de 1,2 % (+ 670 000 d'euros), tandis que l'effet d'aubaine de l'économie TDF, certes reconduite en base, aura été largement absorbé par les dérives mécaniques constatées sur les dépenses de personnel (+ 2 % en 2007).

En 2008, en revanche, l'effort conjoint du ministère des Affaires étrangères et du ministère de la Culture, devrait permettre une augmentation de la dotation publique de 3 millions d'euros (soit 1,5 du MAEE et 1,5 de redevance, c'est à dire +2,65% pour la redevance et +2,15% pour les affaires étrangères) mais, à ce jour, subsistent l'hypothèque de la réserve légale (1,7 million d'euros) sur la fin de l'exercice 2007 et aussi celle (entière) sur l'exercice 2008.

Dans ces conditions, il paraît indispensable que RFI soit exonérée de la réserve légale, comme le sont tous les opérateurs de l'audiovisuel public national financés sur la redevance, et ainsi de tempérer cette rigueur budgétaire qui frappe RFI au moment où la concurrence est de plus en plus grande.

Pour votre rapporteur, la conclusion d'un contrat d'objectifs et de moyens entre l'État actionnaire et Radio France Internationale reste plus que jamais à l'ordre du jour.

En 2001-2002, la négociation d'un contrat d'objectifs et de moyens entre RFI et l'Etat avait permis de réexaminer les orientations que les pouvoirs publics souhaitaient assigner à la radio extérieure, mais s'était heurtée à la question de la progression des moyens financiers qui est depuis plusieurs années au cœur de la relation entre RFI et ses tutelles. Faute d'obtenir les moyens qu'il revendiquait, le Président de RFI avait alors mis fin au processus de négociation.

La nouvelle direction de l'entreprise ayant maintenant pris la mesure des enjeux, et le rapport de l'IGF, demandé par les tutelles notamment pour préparer l'élaboration du contrat d'objectifs et de moyens, ayant été rendu en avril 2004, il faut maintenant que ce chantier aboutisse rapidement.

Le contrat d'objectifs et de moyens de RFI

La signature d'un contrat d'objectifs et de moyens suppose une identification claire des objectifs prioritaires de la société pour l'avenir, afin de définir les grandes orientations stratégiques de ce contrat. D'ores et déjà, les tutelles ont proposé un cadre stratégique, qui repose sur les idées suivantes :

1/ Le modèle traditionnel de la radio internationale, né de la guerre froide et sur lequel repose encore largement l'organisation de RFI, ne correspond plus à l'état du monde ni aux modes de consommation actuels de la radio. Il doit aujourd'hui être fondamentalement remis en question. Dans les trois prochaines années, RFI va devoir mener un effort sans précédent pour s'adapter aux attentes de publics beaucoup plus exigeants qu'auparavant dans le contexte d'une offre médiatique sans cesse croissante, en concurrence directe non plus seulement avec les autres grandes radios internationales, mais aussi avec des radios locales très professionnelles et surtout les médias plus récents que sont la télévision et l'Internet, qui traversent désormais les frontières et dont la consommation progresse chaque année de façon soutenue.

Sur les marchés des pays développés et, de plus en plus, ceux des pays émergents, l'écoute de la radio est désormais concentrée autour de formats musicaux et distrayants ultra-locaux et la concurrence acharnée qui les caractérise rend le coût d'accès à ces marchés prohibitif. La multiplication des télévisions d'information, l'accès généralisé à l'Internet y relativisent par ailleurs beaucoup la nécessité de proposer au public une radio d'information, a fortiori si elle n'est pas dans la langue du pays, et y condamnent RFI à la marginalité. Plutôt que la voie hertzienne, et sauf exception justifiée par le contexte politique et culturel local et par des scores d'audience significatifs, une présence renforcée et mieux valorisée sur l'Internet devrait à l'avenir y devenir le mode normal de diffusion des productions de RFI.

Les radios internationales restent en revanche un vecteur puissant dans les pays en développement, et jouent souvent un rôle de premier plan dans les pays en situation de crise ou de post-crise. Mais là aussi, face à une concurrence locale de plus en plus professionnelle, elles sont contraintes, pour conserver une audience minimale, d'allier confort d'écoute, format 24h/24 dans des langues accessibles à une part significative de la population, et un minimum de proximité. A ces conditions, RFI doit, dans des zones où l'information indépendante n'est pas souvent la règle, continuer d'apporter un éclairage équilibré sur l'actualité du monde qui contribue à consolider l'influence de la France et à favoriser un renforcement de l'état de droit partout où c'est nécessaire.

Dans ce contexte contrasté, l'objectif de RFI ne devrait donc plus être de rechercher une couverture mondiale par la voie hertzienne, mais d'optimiser l'impact de ses programmes, zone par zone, à partir d'une analyse lucide de ses forces et de ses faiblesses. Ce processus, qui devra être mené à son terme à l'issue du contrat d'objectifs et de moyens de la société, doit conduire à mettre fin à l'éparpillement actuel des moyens de RFI, autour de deux principes :

- une présence hertzienne renforcée (diffusion 24h/24, dans des langues adaptées, enrichie de programmes de proximité) dans les zones où RFI a – ou pourrait avoir - un impact significatif ;

- une présence multilingue et enrichie sur l'Internet en direction de toutes les zones où la diffusion hertzienne des radios internationales est condamnée à la marginalité.

2/ Parallèlement, ce premier contrat d'objectifs et de moyens devrait mener à une réorganisation en profondeur de l'offre en langues étrangères de RFI, autour de trois cas de figure :

- les langues ayant vocation à être produites pour l'antenne radio et pour l'Internet,
- les langues ayant vocation, à terme, à n'être produites que pour l'internet,
- les langues ayant vocation à être proposées, de manière transitoire, sur l'internet.

En premier lieu, RFI doit rester un média de référence en Afrique subsaharienne francophone et devrait chercher à le devenir dans les autres bassins linguistiques du continent, à l'exception de l'Afrique du nord où l'impact des autres médias français est déjà très important. Cela passe par un renforcement de la production d'émissions en anglais et en portugais, par la production – locale – d'émissions dans les grandes langues vernaculaires comme le swahili ou l'haoussa. Cela implique également un renforcement de la couverture éditoriale de cette zone, à travers davantage de bureaux et de correspondants locaux, et une présence aussi systématique que possible de relais FM dans les grandes agglomérations conjuguée, dans l'immédiat, aux ondes courtes qui restent utiles pour toucher les zones rurales et pour contrer l'interdiction périodique par certains régimes de ses relais terrestres.

Au Proche et Moyen Orient, RFI a la chance de pouvoir s'appuyer sur une chaîne en arabe reconnue, RMC-Moyen Orient, dont l'audience et la notoriété se sont malheureusement dégradées face à la concurrence des nombreuses radios émettant en FM et des nombreuses télévisions satellitaires qui arrosent la zone. La modernisation des programmes de RMC-MO et la poursuite des efforts pour en assurer une meilleure diffusion sont une priorité. La part du budget global de RFI consacrée à sa filiale arabophone devrait pour cela être accrue progressivement sur la durée du contrat d'objectifs et de moyens.

Dans les autres régions du monde, Europe, Asie, Amérique, Océanie, RFI n'a pas, sauf exception, la capacité d'atteindre des niveaux d'audience réellement significatifs. Sur la durée du contrat d'objectifs et de moyens, RFI devra donc procéder à un examen critique de l'impact réel de ses programmes, en rapport avec leur coût complet de production et de diffusion et mettre en place, le cas échéant, des modes d'action alternatifs. En tout état de cause, au terme du présent contrat d'objectifs et de moyens, RFI devrait être en mesure de proposer à ses publics un site Internet multilingue sur l'actualité de la France et du monde, largement enrichi par rapport à son offre actuelle, avec l'ambition de toucher un nombre d'internautes supérieur au nombre des auditeurs actuels dans ces zones de faible impact.

Parallèlement, RFI devra identifier les régions où, pour des raisons politiques, linguistiques ou culturelles, il restera nécessaire de poursuivre, voire d'amplifier, une politique volontariste de présence radiophonique hertzienne, qui n'aura de sens, là aussi, que si elle répond aux exigences du public : diffusion 24h/24, dans des langues adaptées, enrichie de programmes de proximité. A court et moyen terme, il serait, par exemple, opportun de renforcer notre présence radiophonique dans certains pays est-européens extérieurs à l'Union européenne, avec l'objectif de contribuer à sensibiliser leurs populations aux valeurs démocratiques de l'Union.

Compte tenu des priorités géographiques ainsi dégagées, l'offre de programmes de RFI pourra, elle-même, être amenée à évoluer. Aussi, la société concentrera-t-elle ses efforts sur sa mission d'information et sa politique de proximité à l'égard des auditeurs.

3/ Le contrat d'objectifs et de moyens devra, en outre, définir les conditions d'organisation interne qui permettront une plus grande harmonisation et une plus grande coordination de la ligne éditoriale des différentes antennes. Par ailleurs, afin de contribuer à la cohérence du dispositif audiovisuel français, RFI devrait identifier des projets qui pourraient être menés en association avec Radio France, mais également en matière d'information internationale avec France 24, ainsi qu'avec CFI, qui a vocation à devenir l'outil de coordination de l'ensemble des actions de coopération audiovisuelle de la France.

En effet, RFI doit constituer pour la France un outil de coopération au service de la diversité culturelle et du pluralisme des médias. Dans les pays en développement, la diffusion de RFI contribue à la diversité de l'information et à l'implantation d'un État de droit, mais doit être accompagnée d'actions (conseil, formation, échanges et coproduction de programmes) en faveur des radios locales visant à affermir leurs positions et encourager l'ouverture des paysages radiophoniques.

4/ Le contrat d'objectifs et de moyens devrait également comporter un volet substantiel relatif à la modernisation de la gestion de l'entreprise. Il est indispensable que la société dégage en son sein des marges de manœuvre nouvelles pour contribuer au financement de ses projets. Des gains d'efficacité, tirant notamment les conséquences de la numérisation sur l'organisation, les méthodes de travail et le niveau des effectifs devront être recherchés.

Dans le même sens, une évaluation de l'évolution de la masse salariale de Radio France Internationale, qui représente plus de la moitié des charges de l'entreprise, paraît nécessaire. Fondée sur un objectif plus ambitieux que la seule stabilisation des effectifs, cette analyse devra tenir compte des perspectives de départs naturels et de rationalisation des emplois non permanents.

Par ailleurs, l'évolution des moyens (personnel, fonctionnement, investissement) alloués aux différentes rédactions de Radio France Internationale sur la période devrait faire l'objet d'une présentation analytique, en regard de l'impact de chacune, en termes d'audience.

Source : MAEE

L'AUDIENCE DE RFI

▪ L'Afrique représente le principal bassin d'audience de RFI, avec une très forte concentration sur les pays francophones où RFI a progressé en 10 ans de 74%, grâce à une politique systématique d'implantation d'émetteurs FM dans les grandes métropoles et les villes secondaires. RFI dispose actuellement en Afrique de 93 émetteurs FM répartis dans 37 pays. Le programme de développement prévoit l'implantation d'ici à la fin de l'année, de 9 nouveaux émetteurs portant ainsi à 102 le nombre de relais diffusant des programmes de RFI sur l'ensemble du continent africain.

Les études réalisées régulièrement sur l'audience en FM dans les capitales africaines sont assez fiables. Les derniers résultats (2006-2007) sont les suivants :

- Abidjan : 1^{ère} radio avec 23 % d'audience cumulée/veille (BBC neuvième avec 4,8 %, Africa n°1 quatorzième avec 2,5 % ; Voice of America 21^{ème} avec 1,1 %.)

- Yaoundé 1^{ère} radio avec une progression spectaculaire de 40 %

- Kinshasa 2^{ème} radio avec 24 %

- Lomé 2^{ème} radio avec 25%

- Bamako 4^{ème} radio avec 26 %

▪ Le Proche et Moyen Orient représente le second bassin d'audience significative grâce à la filiale arabophone Monte Carlo Doualiya. En janvier 2005, l'estimation GEDA de l'écoute régulière de la population était de 10 500 000 auditeurs sur l'ensemble de la zone. Ce chiffre est peu fiable.

Mais, dans cette région marquée par une forte concurrence internationale et locale, et surtout une place prépondérante de la télévision, les résultats, quand ils sont mesurés, se dégradent fortement ces dernières années (sauf en Syrie) :

- Liban 4,8% de taux d'audience (en légère baisse)

- Koweït 1,6% (stable)

- Arabie Saoudite 1,1 % (en forte baisse)

- Jordanie 0,9 % (en très forte baisse)

- Qatar, 2%. (en très forte baisse)

- Syrie, 5,5% (en légère baisse) sur l'ensemble du pays, avec une progression à Damas (3,5% en 2005 11,4% en 2006).

Dans toutes les autres zones, les résultats sont très faibles :

▪ Europe : les quelques études fiables concernent les filiales, celle de Lisbonne aux résultats très faibles, celle en Roumanie où les résultats stagnent à 0,4 % de taux d'audience. De même en Albanie (0,5), et en Moldavie (0,3)

▪ Asie : audience très faible et études peu fiables. A l'exception peut-être des relais FM au Cambodge (résultats honorables).

▪ Amérique du nord : pas d'études ; audience certainement très faible.

▪ Amérique Latine : pas de diffusion directe mais reprise de programmes en espagnol et brésilien sur environ 230 radios locales. Pas d'études fiables.

Source : MAEE

3. Canal France International : une diminution constante de la dotation publique

Filiale du groupe France Télévisions (75 %) et d'Arte France (25 %) Canal France International (CFI) n'est pas un média. Il est l'opérateur de la coopération audiovisuelle publique française. Placé sous la tutelle du ministère des Affaires étrangères, CFI a pour vocation de contribuer à la professionnalisation et au développement des télévisions des pays en développement.

Le budget de CFI est financé à 95 % par le ministère des Affaires étrangères.

Fin 2003, après l'abandon de toute activité de diffusion, le Gouvernement a souhaité recentrer CFI autour de deux métiers :

- la fourniture de programmes français aux pays émergents, principalement en Afrique ;
- la coopération (expertise, ingénierie et formation) avec les télévisions de ces pays.

CFI met ainsi à disposition des pays en développement une large offre de programmes, principalement en français, parfois produits localement. Ces programmes (films, téléfilms, séries, documentaires, événements sportifs, information, divertissements, etc...) sont achetés par CFI aux producteurs et aux distributeurs français et acheminés aux télévisions partenaires via un dispositif satellitaire spécifique.

Cette offre, disponible en français, en anglais, en arabe et en portugais, représente plus de 6 000 heures de programme par an.

Au-delà de son activité de fourniture de programmes, CFI accompagne également les télévisions partenaires dans le cadre d'actions de coopération : audit, formation, conseil, études, assistance technique, etc..)

127 actions de coopération ont ainsi été menées en 2006, dont 43 % en Afrique et 19 % dans le monde arabe.

Dans le cadre du projet de loi de finances pour 2008, il est prévu de verser une subvention de 16,5 millions d'euros à CFI, soit une diminution de 3 millions d'euros par rapport à 2007.

L'explication avancée par le Gouvernement tient au fait que la société conserve un niveau élevé de trésorerie résultant des provisions constituées entre 1989 et 2001 pour faire face aux risques découlant de la gestion complexe des reversements aux ayants droit des programmes diffusés.

Il est donc proposé de diminuer de 3 millions d'euros la subvention accordée à CFI en l'autorisant à reprendre environ 70% de ses provisions pour compenser la baisse de sa dotation. Cette diminution de la subvention de 3 millions d'euros permettra d'abonder les subventions de TV5 Monde et de

RFI de 1,5 million d'euros chacune, afin de contribuer à la mise en œuvre des deux priorités : l'augmentation du sous-titrage sur TV5 Monde et l'accompagnement d'un contrat d'objectifs et de moyens avec RFI.

Tout en se félicitant de la légère augmentation des subventions accordées à TV5 Monde et à RFI, **votre rapporteur regrette, à cet égard, que cette augmentation se fasse au détriment de celle accordée à CFI, qui joue un rôle important pour soutenir l'influence française et la diversité culturelle et qui constitue une aide importante de la France aux télévisions des pays du Sud.**

Votre rapporteur tient en effet à rappeler que le montant de la subvention accordée par le ministère des affaires étrangères à CFI est en diminution constante ces dernières années.

Évolution du montant de la subvention du MAE à CFI
(en millions d'euros)

	2002 (exécution)	2003 (exécution)	2004 (exécution)	2005 (exécution)	2006 (exécution)	2007 (exécution)	PLF 2008
Subvention du MAE	22,03	21,85	19,5	19,89	18,59	18,52	16,5

4. La radio franco-marocaine Médi 1 : une reconduction des crédits

Entreprise privée et commerciale, la chaîne de radio Radio Méditerranée Internationale (Médi 1 ou RMI) est née en 1980 d'une volonté politique commune franco-marocaine. Radio généraliste bilingue (mi-française, mi-arabe), RMI a ses studios installés à Tanger.

La station, diffusée en FM au Maroc et en ondes longues sur l'ensemble du Maghreb, peut aussi être reçue en France, en Italie et en Espagne. Son audience, d'environ 25 millions d'auditeurs, en fait la première radio du Maghreb. Elle est notamment très écoutée en Algérie. Cette radio va toutefois devoir s'adapter à la libéralisation du paysage audiovisuel marocain (attribution de 10 licences de radio privées) qui va progressivement créer une concurrence sur la bande FM marocaine.

La CIRT, société française filiale à 100 % de la Sofirad, est actionnaire à hauteur de 49 % du capital de RMI, qui est une société de droit marocain. Elle est également impliquée dans la chaîne satellitaire d'information à vocation maghrébine (Médi 1 sat) lancée à la fin de l'année 2006. La CIRT a pour fonction principale de financer l'équipe de la vingtaine de journalistes français détachés auprès de RMI, qui assurent 50 % de l'antenne de cette radio bilingue.

La subvention envisagée pour 2008, de 1,07 million d'euros, est la reconduction à l'identique de celle versée en 2007.

B. LE PROGRAMME 116 « CHAÎNE FRANÇAISE D'INFORMATION INTERNATIONALE » : UNE FORTE AUGMENTATION DE LA DOTATION À FRANCE 24 QUI SOULÈVE DES INTERROGATIONS

Le programme 116, qui dépend des services du Premier ministre, vise exclusivement à financer la chaîne française d'information internationale (CFII), dénommée « France 24 ».

Cette chaîne, parfois qualifiée de « CNN à la française » a pour objectif d'offrir un point de vue français sur l'actualité du monde à destination d'un public international. Elle doit rendre compte de l'actualité immédiate tout en fournissant des repères et des éléments d'analyse permettant aux téléspectateurs de mettre les événements en perspective et de mieux comprendre les évolutions internationales.

La société diffuse, depuis le 6 décembre 2006, deux programmes principaux :

- un programme principal en français, diffusé prioritairement en Europe et dans les pays du Maghreb et en Afrique ;
- un programme principal multilingue, diffusé prioritairement en Europe, en Afrique et au Proche et Moyen-Orient ; intégralement anglais au départ, ce programme a vocation à faire l'objet de décrochages dans diverses langues, en particulier l'arabe et l'espagnol.

Le lancement de ces deux programmes sur Internet a eu lieu le 6 décembre 2006. Ils sont également diffusés depuis le 7 décembre 2006 sur le câble et le satellite dans plus de 70 millions de foyers. Outre les zones prioritaires, France 24 est également accessible à Washington et au siège de l'ONU à New-York.

La convention de subvention signée entre l'Etat et la chaîne prévoyait que le décrochage en arabe interviendrait à compter du mois de juillet 2007. France 24 est parvenue à anticiper ce lancement, avec la diffusion de 4 heures par jour de programmes en arabe depuis le 2 avril 2007. D'autres décrochages (en espagnol, par exemple) et l'extension de la diffusion en Asie, en Amérique latine et en Amérique du Nord sont envisagés dans les années à venir.

S'agissant des grilles de programme, celles-ci sont fondées sur le concept d'information en continu. Elles sont constituées d'une part d'images d'actualité et d'autre part de programmes « hors actualités » (magazines, débats, chroniques, programmes courts, etc.). France 24 diffuse ses programmes 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7, avec une moyenne annuelle de 36 journaux diffusés par jour.

Votre rapporteur tient à souligner l'amélioration sensible de la qualité des programmes de France 24 ces derniers mois. Toutefois, il regrette que le site Internet de la chaîne, qui est pourtant considéré comme sa « vitrine », ne soit pas plus facile à consulter, notamment concernant la programmation.

A son lancement, France 24 disposait de 380 collaborateurs permanents, dont 170 journalistes, 160 techniciens et 40 personnes dans la distribution et les directions fonctionnelles. D'après les informations dont dispose votre rapporteur, actuellement, la chaîne emploie 340 salariés, dont 200 journalistes. L'équipe est multinationale et relativement jeune.

Au départ, **il avait été envisagé que France 24 ne soit pas diffusée sur le territoire français.** Ce choix pouvait être analysé de différentes manières :

Les principales chaînes d'information internationales – CNN International, BBC World, Deutsche Welle TV – ne sont pas diffusées sur leur marché intérieur ; c'est uniquement une version spécifique au marché national – CNN, BBC News – qui, le cas échéant, est diffusée sur celui-ci. En effet, une chaîne d'information internationale, centrée sur l'actualité internationale, n'est pas adaptée à la demande des téléspectateurs nationaux, qui recherchent des informations sur des questions (la politique intérieure, les faits divers nationaux, etc.) qui n'ont que peu ou pas d'intérêt pour les téléspectateurs internationaux. Le risque existe qu'une chaîne d'information internationale diffusée sur son marché national soit tentée, pour accroître son audience et donc ses recettes publicitaires, de s'écarter de la ligne internationale qui devrait être la sienne et d'incorporer davantage d'informations nationales, devenant ainsi, progressivement, une chaîne d'information nationale.

L'absence de diffusion de France 24 en France a également été présentée comme destinée à protéger les intérêts de TF1 et de sa filiale LCI en lui évitant l'arrivée d'un concurrent. Cette justification est toutefois devenue moins pertinente avec l'arrivée sur le marché national de plusieurs concurrents à LCI : la chaîne d'information de Canal itélé qui a été autorisée à émettre en clair sur la TNT à partir d'octobre 2005, et l'autorisation, toujours en clair sur la TNT, d'une nouvelle chaîne d'information nationale, BFM TV du groupe NextRadioTV. C'est sans doute la raison pour laquelle TF1 a donné son accord, en septembre 2005, à la diffusion en France de France 24.

Enfin, des problèmes de concurrence ont également été évoqués à l'encontre d'une diffusion en France, France 24 étant issue de l'association de deux acteurs économiques – TF1 et France Télévisions – qui occupent des positions concurrentielles très fortes sur le marché national de la télévision. On peut toutefois noter que ces problèmes ont pu être levés, la direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes ayant finalement autorisé, sous certaines modalités concernant l'accès au marché publicitaire, la diffusion de France 24 sur le câble et le satellite en France.

Les partisans d'une diffusion en France faisaient valoir que les contribuables français supportant le coût de la nouvelle chaîne devaient avoir la possibilité de la recevoir afin de s'assurer par eux-mêmes de l'emploi fait de l'argent public, et aussi parce que certains d'entre eux ont le désir de s'informer dans leur langue sur l'actualité internationale.

Cette polémique a été en partie tranchée par la décision prise en 2005 de diffuser la chaîne en France sur le câble et le satellite ainsi qu'en streaming sur internet. La chaîne est ainsi rendue accessible sur tout le territoire français.

Néanmoins, certains continuent de faire valoir que la chaîne devrait être accessible **gratuitement** via la télévision numérique terrestre et être disponible sur les bouquets ADSL, ce qui n'est pas envisagé aujourd'hui.

La chaîne est en revanche accessible dans le monde entier sur internet en streaming grâce à une petite fenêtre (agrandissable en plein écran) sur le site de France 24.

Votre rapporteur n'entend pas revenir sur l'opportunité de la création de France 24 et les choix opérés à l'époque.

Il tient toutefois à rappeler que lors de la création de France 24 fin 2006, les pouvoirs publics avaient prévu, comme il est mentionné dans la convention de subvention entre la chaîne et l'Etat, que France 24 s'interdirait toute pratique qui pourrait fragiliser la position de TV5 Monde sur les réseaux de distribution où elle est présente. France 24 devait également établir des partenariats avec d'autres organismes audiovisuels, afin de rechercher des synergies dans le respect des conditions normales du marché.

Or, force est de constater que, même si les relations entre les deux diffuseurs ne sont pas inexistantes, leur coopération en matière de distribution n'a pas été développée et les partenariats restent à construire. C'est tout l'objet de la réforme de l'audiovisuel extérieur dont il sera question dans la deuxième partie du présent rapport.

Le projet de loi de finances pour 2008 prévoit une subvention de l'Etat de 70 millions d'euros, en autorisation d'engagement, soit un montant légèrement supérieur à celui de 2007 qui s'élevait à 69,5 millions d'euros (soit une hausse de 0,66 %).

Cette dotation est répartie de la manière suivante :

- dépenses de programme : 46 %
- coûts techniques : 26,5 %
- distribution : 14 %
- dépenses de fonctionnement : 13,5 %

Il convient d'observer que, par rapport à 2007, **les dépenses de programme tendent à diminuer** (passant de 50 % en 2007 à 46 % en 2008), les coûts techniques restant stables (26,5 % en 2008 contre 27 % en 2007), alors que les coûts de distribution (14 % en 2008 contre 11 % en 2007) et **les dépenses de fonctionnement** (13,5 % en 2008 contre 12 % en 2007) augmentent.

Le montant de la subvention de l'Etat à France 24, prévu dans le cadre du projet de loi de finances pour 2008 (70 millions d'euros), est inférieur à ce qui est prévu dans le cadre de la convention signée en 2005 entre l'Etat et France 24 (88,5 millions d'euros).

Evolution de la subvention allouée à France 24

(en euros)

Titre et catégorie	Autorisations d'engagement			Crédits de paiement		
	Consommées en 2006	Ouvertes en LFI pour 2007	Demandées pour 2008	Consommés en 2006	Ouverts en LFI pour 2007	Demandés pour 2008
Titre 6. Dépenses d'intervention	63 000 000	69 542 118	70 000 000	63 000 000	69 542 118	70 000 000
Transferts aux entreprises	63 000 000	69 542 118	70 000 000	63 000 000	69 542 118	70 000 000
Totaux	63 000 000	69 542 118	70 000 000	63 000 000	69 542 118	70 000 000

Rappelons que, en contrepartie de la mission d'intérêt général que la société exerce, l'Etat, représenté par le Premier ministre, et France 24, représentée par ses deux actionnaires, France Télévisions et TF1 ont conclu une convention de subvention, signée le 29 novembre 2005, et modifiée le 24 juillet 2006 (avenant n° 1) et le 26 février 2007 (avenant n° 2) qui prévoit le versement de subventions annuelles jusqu'au 31 décembre 2010.

Cette convention prévoit le versement d'une subvention de 88,5 millions d'euros à la chaîne France 24, soit une différence de 18,5 millions d'euros par rapport à ce qui est inscrit dans le projet de loi de finances initial pour 2008.

Lors du débat à l'Assemblée nationale, le 24 octobre dernier, en commission élargie, sur les crédits de la missions Médias dans le cadre du projet de loi de finances pour 2008, la ministre de la culture et de la communication, Mme Christine Albanel, a indiqué que le **Premier ministre a décidé de compléter la subvention accordée par l'Etat à France 24 par 18,5 millions d'euros de crédits de gestion au cours de l'année 2008.**

Votre rapporteur tient à dénoncer fortement cette manière de procéder qui vise à contourner l'autorisation budgétaire accordée par le Parlement et qui suscite d'importantes interrogations sur l'origine des fonds ainsi dégagés.

Tout d'abord, votre rapporteur s'étonne de la méthode retenue.

Car, de deux choses l'une : ou bien le Gouvernement entend respecter à la lettre l'engagement qu'il a pris dans le cadre de la convention qu'il a conclu avec France 24 et il inscrit effectivement la dotation de 18,5 millions d'euros dans le projet de loi de finances pour 2008, ou bien le Gouvernement

s'en tient à la dotation de 70 millions d'euros inscrite dans le cadre du projet de loi de finances pour 2008.

Mais comment expliquer que le Gouvernement propose au Parlement de voter une dotation de 70 millions d'euros à France 24 tout en annonçant qu'il versera une subvention supplémentaire de 18,5 millions d'euros ?

En réponse aux questions de nos collègues députés, la ministre de la culture et de la communication a indiqué que l'Etat verserait un financement supplémentaire de 18,5 millions d'euros au cours de l'année 2008 et qu'il s'agirait de redéployer des crédits de gestion.

Aux yeux de votre rapporteur les explications de la ministre sur ce point ne sont pas convaincantes.

Quelle sera l'origine de cette dotation supplémentaire de 18,5 millions d'euros ? N'y a-t-il pas un risque que le gouvernement déshabille Pierre pour habiller Paul, en prélevant une part des financements prévus pour l'audiovisuel extérieur, notamment TV5 Monde, pour l'attribuer à France 24 ?

Votre rapporteur tient donc à s'élever fortement contre cette pratique et il interrogera le Gouvernement sur ce point lors du débat en séance publique au Sénat.

LA STRATÉGIE DE FRANCE 24

1. La couverture géographique

La société diffuse en Europe, dans les pays du Maghreb, en Afrique, au Proche-Orient et au Moyen-Orient.

Outre les zones prioritaires ci-dessus énoncées, France 24 est également accessible à Washington et au siège de l'ONU à New York.

L'extension de la diffusion en Asie, en Amérique latine et en Amérique du Nord pourra être envisagée dans les années à venir.

2. Le nombre de foyers couverts

Globalement, un foyer pouvant recevoir plusieurs versions de FRANCE 24, la couverture cumulée de la chaîne s'élève, à la mi-2007, à 77,5 millions de foyers numériques uniques sur la zone de diffusion initiale : Europe + Moyen-Orient + Afrique + Etats-Unis (Washington), représentant un total de 90 pays touchés.

3. La distribution hors-domicile

a) Hôtels

Environ 50 % des téléspectateurs fidèles à CNN, leader des chaînes d'information internationale, ont découvert FRANCE 24 dans les hôtels du monde entier. La distribution dans les hôtels est donc capitale pour FRANCE 24.

FRANCE 24 ciblant une audience catégorie socio-professionnelle (CSP) + à l'échelle internationale, constituée de « leaders d'opinion »,

FRANCE 24 développe une stratégie de distribution auprès de l'ensemble de l'hôtellerie haut de gamme. France 24 a ainsi déjà conclu des accords de partenariat long-terme avec les groupes hôteliers.

FRANCE 24 a d'ores et déjà contractualisé environ 400 000 chambres en Europe, Moyen-Orient, Afrique et compte être initialisée au sein de 300 000 de ces chambres dès fin 2007.

Au-delà de sa zone de diffusion actuelle, la chaîne réfléchit également à une stratégie de déploiement sur ce segment « hors-résidentiel » pour l'Amérique du Nord et l'Asie dès 2008.

b) Voyage

Toujours dans une logique d'accompagnement de sa cible, FRANCE 24 a conclu un accord avec AIR FRANCE pour la diffusion de la chaîne au sein des salons de la classe « affaires » de la compagnie aérienne :

A la mi-2007, deux tiers des salons AIR FRANCE situés dans la zone de diffusion de FRANCE 24, diffusent déjà la chaîne (soit 20 salons sur 30), correspondant à une visibilité auprès de 85% du trafic total généré par l'ensemble des salons de la zone de couverture. Soit encore près de 4 millions de voyageurs touchés par an. D'ici à la fin 2007, 100 % des Salons devraient pouvoir retransmettre France 24.

En outre, FRANCE 24 et AIR FRANCE discutent actuellement d'une reprise éventuelle de programmes de la chaîne pour diffusion au sein de l'offre audiovisuelle « à bord ».

Des accords similaires avec d'autres compagnies internationales sont à l'étude.

c) Sites stratégiques

Une attention particulière est également portée sur la visibilité de FRANCE 24 au sein des grandes institutions internationales :

FRANCE 24 est déjà diffusée au sein des organismes suivants :

- siège de l'ONU à New York (en français et en anglais) ;
- la Banque Mondiale (Washington) (en anglais) ;
- le Fonds monétaire international (Washington) (en anglais) ;
- le Département d'Etat (Washington) (en anglais) ;
- l'Organisation mondiale de la santé (Genève) ;
- l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) à Paris (en français et en anglais).

FRANCE 24 continue d'entreprendre toutes les démarches possibles afin d'assurer la diffusion de la chaîne le plus largement possible, au sein de tous les principaux lieux de décisions géopolitiques, aussi bien en France qu'à l'étranger :

- En France : Parlement, ministères, ambassades étrangères ;
- A l'étranger : réseau diplomatique français (ambassades, consulats, instituts, etc), institutions diplomatiques, économiques, financières.

Source : France 24

LES OBJECTIFS D'AUDIENCE ET DE PART DE MARCHÉ DE FRANCE 24

FRANCE 24 devrait ainsi atteindre 80 millions de foyers initialisés à la fin 2007 et près de 100 millions à fin 2010 sur sa zone de diffusion initiale.

FRANCE 24 peut estimer l'évolution de son parc de foyers initialisés – grâce à la diffusion de la chaîne par satellite, câble, ADSL et télévision numérique terrestre (TNT) – sur sa zone de diffusion initiale : Europe, Proche et Moyen Orient, Afrique et Etat de Washington (Etats-Unis).

La croissance du parc de foyers initialisés FRANCE 24 sur cette zone s'appuiera notamment sur la conjonction de plusieurs facteurs d'évolutions du marché vers le « tout-numérique » :

- accélération de la croissance des parcs de foyers équipés en réception satellite directe numérique, ayant accès à FRANCE 24, soit gratuitement (« free-to-air »), soit par l'intermédiaire de bouquets payants référençant la chaîne ;

- migration des parcs de foyers analogiques vers le numérique (notamment sur le câble) et possibilité ainsi accrue pour FRANCE 24 de figurer au sein de ces nouveaux bouquets numériques ;

- développement soutenu sur toutes zones de nouvelles offres de télévision par ADSL : possibilité pour FRANCE 24 de bénéficier d'une initialisation auprès de ces nouveaux parcs d'abonnés numériques ;

- opportunités au cas par cas pour FRANCE 24 de figurer au sein de nouveaux bouquets en TNT gratuite.

Source : France 24

II. QUELLE RÉFORME DE L'AUDIOVISUEL EXTÉRIEUR ?

A. LES INCONVÉNIENTS DE LA SITUATION ACTUELLE

1. La multiplicité des opérateurs

L'audiovisuel extérieur français est caractérisé par la diversité des opérateurs.

La structure du capital, la nature du financement et la tutelle des opérateurs varient, en effet, considérablement, comme le montre le tableau suivant :

Chaînes de télévision	Structure du capital	Sources de financement	Autorité de tutelle
TV5 Monde	Filiale d'entreprises audiovisuelles publiques françaises et francophone. La France détient environ 66 % du capital à travers France Télévisions (47,4%), Arte France (12,5 %), et l'INA (6,6%)	Dotation budgétaire du ministère des affaires étrangères et européennes et contribution budgétaire de France Télévisions	Ministère des affaires étrangères et européennes
France 24	Société anonyme, capital détenu à parité par TF1 et France Télévisions	Dotation budgétaire dans le cadre d'une convention de subvention pluriannuelle	Premier ministre
Radios			
RFI	Etat : 100 %	Redevance et dotation du ministère des affaires étrangères et européennes	Double tutelle : ministère des affaires étrangères et européennes et ministère de la culture et de la communication
Médi 1	Société de droit marocain, participation française de 49 % par l'intermédiaire de la CIRT, filiale de la SOFIRAD	Dotation budgétaire du ministère des affaires étrangères et européennes	Ministère des affaires étrangères et européennes
Autres			
Canal France International	Capital détenu à 75 % par France Télévisions	Dotation budgétaire du ministère des Affaires étrangères et européennes	Ministère des affaires étrangères et européennes.

2. L'absence de cohérence

Le ministère des Affaires étrangères devrait, en théorie, être chargé d'assurer la cohérence de l'audiovisuel extérieur français. Toutefois, son rôle est aujourd'hui limité, car il partage sa tutelle avec le ministère de la culture et de la communication et certains opérateurs, comme France 24 ne relèvent pas de son ressort. Certes, un organisme a été créé en 1989 : le conseil de l'audiovisuel extérieur qui est chargé d'assurer la coordination de l'action audiovisuelle extérieure.

Pendant, le Conseil de l'audiovisuel extérieur de la France n'a plus été réuni depuis 1996.

Il n'existe donc pas actuellement de structure de coordination chargée de définir une vision stratégique.

3. Un financement insuffisant

Si la France consacre à peu près le même montant de l'ordre de 300 millions d'euros à l'audiovisuel extérieur que ses principaux partenaires (et concurrents) comme la BBC pour le Royaume-Uni (dont la dotation était de 384,5 millions d'euros en 2006) ou la Deutsche Welle pour l'Allemagne (dont le budget est en diminution puisqu'il est passé de 265 millions d'euros en 2005 à 172,5 millions d'euros en 2006), la dispersion des opérateurs français génère d'importants doublons.

En outre, si la part des financements consacrée à l'audiovisuel extérieur a progressé ces dernières années, cette progression a été totalement consacrée à France 24 au détriment des autres opérateurs de l'audiovisuel extérieur, comme TV5 Monde et RFI.

De ce fait, on constate un écart croissant entre les financements accordés aux opérateurs de l'audiovisuel extérieur par rapport à ceux de l'audiovisuel public national (qui s'élèvent à 2,8 milliards d'euros en 2008).

Faut-il rappeler que la dotation d'Arte, chaîne franco-allemande, s'élève à 300 millions d'euros, dont plus de 200 millions d'euros au titre de la redevance, soit l'équivalent de l'ensemble des crédits des opérateurs de l'audiovisuel extérieur pour une couverture mondiale ?

(en milliers d'euros)

	2002 (exécution)	2003 (exécution)	2004 (exécution)	2005 (exécution)	2006 (exécution)	LFI 2007	PLF 2008
Audiovisuel public national	2 363,66	2 411,23	2 468,3	2 529,7	2 604,63	2 732,6	2831,99
Audiovisuel extérieur	211,25	213,88	214,82	235,46	261,19	304,39	308,43
Dont TV5 Monde	64,15	65,09	66,63	67,60	65,63	69,76	70,02
RFI / RMC	125,07	126,94	128,69	130,71	129,67	130,93	133,41
CFI	22,03	21,85	19,50	22,15	18,89	19,5	16,5
France 24				15	47	69,54	88,50

Source : MAEE

B. LES SOLUTIONS A ÉCARTER

1. La création d'une holding pour l'audiovisuel extérieur : « une fausse bonne idée »

Afin de remédier à la dispersion actuelle de moyens et à l'absence de cohérence, certains proposent de regrouper sous un chapeau unique l'ensemble des opérateurs de l'audiovisuel extérieur, en établissant une holding de l'audiovisuel extérieur.

Cette solution est-elle pour autant réellement pertinente ?

Votre rapporteur en doute.

L'idée de créer une holding de l'audiovisuel extérieur n'est pas une nouveauté.

D'une certaine manière, la Sofirad procédait de cette logique.

Or, le moins que l'on puisse dire, c'est que l'expérience de la Sofirad n'a pas été concluante.

Comme le relève avec justesse M. François Rochebloine dans le rapport de la mission d'information sur l'audiovisuel extérieur de l'Assemblée nationale : « *ce n'est pas en empilant les structures et en créant un poste supplémentaire de Président que nous parviendrons à définir une stratégie cohérente* ».

2. La fusion autoritaire des opérateurs

Pour remédier à la dispersion actuelle, l'idée d'une fusion des opérateurs de l'audiovisuel extérieur pour constituer un ensemble unique et cohérent peut paraître a priori comme la solution la plus séduisante.

Cette idée doit cependant être écartée. Elle se heurte, en effet, à des obstacles importants.

- Tout d'abord, il faut rappeler que TV5 Monde est une chaîne francophone et que la France n'est pas seule à décider. Il faut aussi tenir compte de la position des autres pays francophones partenaires de la France, même si elle participe au financement à plus de 80 %. Lors d'une rencontre à Lucerne, le 9 novembre dernier, les ministres des partenaires francophones de TV5 Monde (Suisse, Canada, Québec et Communauté française de Belgique) ont ainsi exprimé des réserves sur l'idée d'une fusion entre TV5 Monde et France 24 en réaffirmant leur attachement à l'existence d'une grande chaîne de télévision francophone. Ils se sont également engagés à accroître leur participation financière à TV5 Monde, d'au moins 2,5 % chacun.

- Ensuite, l'idée d'une fusion se heurte à la diversité de statut des personnels. Elle nécessiterait donc un important effort financier qu'il paraît difficile d'envisager dans le contexte budgétaire actuel.

- Enfin, un rapprochement autoritaire risquerait d'appauvrir la variété de l'offre française qui fait aussi sa richesse. C'est la raison pour laquelle votre rapporteur considère préférable d'encourager les partenariats entre les opérateurs.

C. LES PROPOSITIONS DE VOTRE RAPPORTEUR

1. Favoriser les synergies entre les opérateurs

a) En matière éditoriale

L'apparition d'un nouvel acteur, France 24, et le choix d'en faire une chaîne de télévision entièrement consacrée à l'information, a sensiblement modifié l'équilibre du paysage audiovisuel extérieur français.

Votre rapporteur n'entend pas revenir ici sur l'opportunité de la création de France 24, ni sur le schéma qui a été retenu, même s'il tient à rappeler les réserves qu'il avait émises à plusieurs reprises dans ses précédents rapports.

A l'instar de la mission d'information sur l'organisation et le financement de l'audiovisuel extérieur de l'Assemblée nationale, votre rapporteur considère toutefois que **supprimer l'information de TV5, sous prétexte de renforcer France 24, serait une grave erreur.**

L'information sur TV5 Monde est en effet indissociable de l'identité de la chaîne dont l'audience a progressé ces dernières années. Par ailleurs, le rôle de l'information est fondamentalement différent sur France 24 et sur TV5 Monde :

- sur France 24, il s'agit du point de vue de la France sur l'actualité, qui n'est pas exprimé forcément en français, mais aussi en anglais, en arabe et en espagnol ;

- sur TV5 Monde, il s'agit d'un point de vue sur l'actualité exprimé en français, mais qui n'est pas forcément celui de la France, mais également celui des autres pays francophones.

Or, la part du budget consacrée à l'information sur TV5 Monde –entre 11 et 12 millions d'euros par an- est très faible en comparaison de celui de France 24 (qui recouvre la totalité du budget de la chaîne, puisqu'elle est entièrement dédiée à l'information, soit près de 90 millions d'euros), ou de celui de TF1 (de l'ordre de 100 millions d'euros).

Il ne faut donc pas supprimer l'information sur TV5 Monde. Il convient, au contraire, de promouvoir l'information sur TV5, en lui donnant les moyens de construire son propre journal télévisé. En outre, en matière d'information Radio France Internationale dispose d'une expertise reconnue, dont il faut tenir compte.

A terme, votre rapporteur considère que France 24 devrait avoir pour vocation principale de diffuser de l'information sur Internet dans les principales langues (français, anglais, arabe, mais aussi espagnol, chinois ou russe).

b) En matière de distribution

La multiplicité des opérateurs de l'audiovisuel extérieur ne se traduit pas seulement par une concurrence en termes d'audience ou de programmes. Elle entraîne également une concurrence en matière de distribution, c'est-à-dire dans le cadre des négociations avec les câblo opérateurs.

Or, la concurrence accrue entre les opérateurs de l'audiovisuel extérieur pour figurer sur les différents bouquets satellite ou du câble, entraîne une augmentation du coût qui se fait en définitive au détriment du contribuable français.

Pour ne citer qu'un seul exemple, particulièrement criant, il semblerait, selon les indications fournies à votre rapporteur, que la chaîne française d'information internationale France 24 ait conclu un contrat de 500.000 dollars avec un cablo opérateur pour être diffusé en Israël, alors que pour le même contrat TV5 Monde avait payé 185.000 dollars.

Une agence de mutualisation commune à TV5 Monde, France 24 et RFI pourrait donc être mise en place, ainsi que l'a préconisée la mission d'information sur l'organisation et le financement de l'audiovisuel extérieur de l'Assemblée nationale.

c) Les autres synergies possibles

D'autres synergies entre les opérateurs de l'audiovisuel extérieur pourraient être favorisées, comme la **mise en commun de moyens techniques ou administratifs, la mutualisation** de la production, la création d'une régie publicitaire commune, ou encore la **mutualisation des correspondants à l'étranger**, en s'appuyant sur le réseau des correspondants de l'Agence France Presse (AFP) à l'étranger.

2. Sur le plan budgétaire : garantir un financement équitable et transparent

a) Regrouper dans un programme unique l'ensemble des crédits consacrés à l'audiovisuel extérieur

Le regroupement de l'ensemble des crédits consacrés à l'audiovisuel extérieur, à l'exception de la redevance, au sein de la mission « Medias », a représenté un progrès en termes de lisibilité et de cohérence.

Toutefois, le gouvernement n'est pas allé au bout de sa logique, puisque au sein de la mission Médias, les crédits consacrés à l'audiovisuel extérieur sont scindés entre deux programmes.

La création d'un programme budgétaire spécifique exclusivement consacré à France 24 s'explique par la volonté de soustraire France 24 à la tutelle du ministère des Affaires étrangères et européennes.

Certains considéraient, en effet, que placer TV5 Monde et France 24 sous la même tutelle aurait inévitablement pour effet de privilégier financièrement l'une ou l'autre des deux chaînes.

Sans méconnaître la portée de cet argument, votre rapporteur considère qu'il n'est pas suffisant et qu'il serait plus cohérent de regrouper l'ensemble des crédits consacrés à l'audiovisuel extérieur dans un programme unique.

En contrepartie, une loi de programmation pluriannuelle pourrait être adoptée pour garantir un financement durable et équitable des opérateurs.

b) Garantir un financement pluriannuel équitable

L'idée d'une loi de programme sur l'audiovisuel extérieur n'est pas nouvelle.

Elle a été formulée par M. Francis Balle, dans son rapport remis au Gouvernement en 1996.

Elle a été reprise par les recommandations de la mission d'information sur l'organisation et le financement de l'audiovisuel extérieur de l'Assemblée nationale.

Votre rapporteur souscrit pleinement à cette recommandation.

De plus, cette loi de programmation permettrait de corriger l'inégalité de traitement qui existe actuellement entre France 24 et les autres opérateurs.

Grâce à la convention pluriannuelle de subvention conclue avec l'Etat, France 24 bénéficie, en effet, d'une visibilité budgétaire à long terme, dont ne bénéficient pas les autres opérateurs, comme TV5 Monde ou RFI.

c) Exempter les opérateurs de l'audiovisuel extérieur de la réserve légale

Les opérateurs de l'audiovisuel extérieur sont actuellement soumis au taux de réserve légale de 5 % qui s'applique sur leur dotation. Or, comme toutes les entreprises, les opérateurs de l'audiovisuel extérieur ont besoin d'une visibilité budgétaire.

Il convient d'ailleurs d'observer que **les opérateurs de l'audiovisuel public financés sur la redevance ne sont pas soumis au système de la réserve légale.**

En outre, ce système génère des effets pervers, puisque les concepteurs de programmes ont pris l'habitude d'augmenter leurs prix en fin d'année, au moment de la levée de la réserve.

C'est la raison pour laquelle votre rapporteur considère que les opérateurs de l'audiovisuel extérieur devraient être exemptés de la réserve légale ou que, du moins, celle-ci devrait être fortement diminuée.

3. Vers un pôle multimédia

L'avenir de l'audiovisuel extérieur passe incontestablement par Internet.

En touchant plus d'un milliard d'internautes, fin 2006, le web est devenu un média de masse à dimension internationale, qui n'est plus réservé uniquement aux pays les plus développés d'Amérique du Nord et d'Europe. Toutes les études indiquent en effet que, parmi les élites intellectuelles et économiques et de plus en plus parmi les classes moyennes, l'utilisation d'Internet se banalise et se développe de façon exponentielle, et ceci y compris dans les pays émergents ou en développement.

La distinction entre radio, télévision et Internet va devenir de plus en plus artificielle dans les prochaines années.

D'ores et déjà, les grands groupes ont mis en place des plateformes multimédias pour s'adapter à cette évolution.

La BBC fonctionne déjà sur ce modèle, avec une rédaction unique et des journalistes polyvalents qui travaillent indistinctement pour la site web (BBC.com), la radio (BBC World Service) et la télévision (BBC World TV).

Pourquoi ne pas s'en inspirer et créer un véritable pôle multimédia de l'audiovisuel extérieur français ?

TAUX DE CONSULTATION DES SITES INTERNET DE TV5 MONDE, RFI ET FRANCE 24

En 2007, le site de RFI reçoit 2 millions et celui de TV5 5 millions de visites par mois en moyenne. La rubrique internationale du site de la BBC en reçoit 32 millions.

Selon les résultats et le classement publiés par Cybermétrique en mai 2007, la fréquentation du site de TV5 Monde est donc plus de deux fois supérieure à celle de RFI, mais elle est davantage concentrée sur le marché français (47% contre 30 %).

▪ TV5 Monde

Le site www.tv5.org accueille 2 millions de visiteurs uniques et plus de 5 millions de visites chaque mois, plus de 2 millions de vidéos y sont consultées depuis 212 pays et 30 millions de pages sont vues chaque mois.

Entre mai 2005 et mai 2006, TV5.org a enregistré une progression de plus d'un million de visites mensuelles. Le nombre mensuel de vidéos consultées a augmenté pour cette même période a augmenté de 4%.

Mais la consommation du site de TV5 reste trop concentrée sur les 4 pays francophones du Nord, qui représentent plus de 61% des consultations (dont 47% pour la France). Les principaux autres pays sont : Etats-Unis, Maroc, Sénégal, Royaume-Uni, Espagne, Pays-Bas, Côte d'Ivoire.

On voit donc que si la qualité indéniable du site de TV5 lui permet de réaliser une progression spectaculaire, le fait qu'il soit exclusivement en langue française constitue un handicap majeur sur un marché mondial de l'internet où notre langue ne représente que 4% des échanges.

▪ RFI

Les origines du trafic sont, par ordre décroissant : la France (30%), les Etats Unis, la Chine, le Canada, la Belgique, le Royaume Uni, l'Allemagne, le Maroc, l'Espagne, le Sénégal.

La répartition du trafic du groupe, mesurée de février à mai 2006, marque une grande stabilité : 28% pour l'actualité, 20% pour la musique, 17% pour la radio, 16% pour les langues étrangères, 8% pour la langue française, 5% pour Doualiya (arabe), 4% pour le football.

Les langues étrangères (y compris la filiale Doualiya en arabe) les plus visitées sont, au premier trimestre 2007 en moyenne mensuelle : arabe (106 123), chinois (73 596), espagnol (47 178), vietnamien (36 906), persan (33648), khmer (30 570), brésilien (15 007).

▪ France 24

Le site www.france24.com a été lancé le 6 décembre 2006. Le site est similaire à la chaîne FRANCE 24 : il est en trois langues (français, anglais, arabe) et totalement gratuit. C'est un site vidéo d'information internationale proposant la quasi-totalité des journaux, bulletins météo, reportages, chroniques et magazines diffusés sur la chaîne FRANCE 24 en visionnage à la demande (VOD). Un lecteur vidéo permet également de regarder, à partir du site Internet, FRANCE 24 (dans la langue de son choix) n'importe où dans le monde. Le site s'appuie sur l'interactivité, en permettant aux internautes de réagir sur tous les articles, vidéos et blogs du site et en leur proposant d'envoyer leurs meilleurs reportages ou de poser leurs questions aux invités des émissions-phares de la chaîne.

Selon les indications fournies par France 24, après trois mois d'existence, le site internet de France 24 enregistre une audience supérieure à 2 millions d'internautes sur les dix principaux marchés contre environ 700 000 pour TV5 et 150 pour Euronews.

Ces chiffres sont toutefois à prendre avec précaution car ils résultent d'une enquête réalisée par l'institut Nielsen, auprès d'un échantillon de 8 500 personnes résidant en France

CONCLUSION

L'audiovisuel extérieur français fait actuellement l'objet de réflexions en vue d'accroître sa cohérence, son efficacité et son rayonnement.

Le comité de pilotage voulu par le Président de la République et chargé de proposer de nouvelles pistes de réforme devrait remettre ses conclusions à la fin du mois de novembre.

Compte tenu des enjeux soulevés par cette réforme pour l'influence culturelle de la France et la place de notre langue, votre rapporteur considère que le Parlement devrait être étroitement associé aux réflexions actuelles.

Qu'il s'agisse de la création de la nouvelle chaîne d'information France 24 ou des réorganisations de TV5 Monde ou de RFI, les parlementaires ont souvent été mis devant le fait accompli par les précédents gouvernements, qui auraient sans doute gagné à prendre en compte leurs avis.

EXAMEN EN COMMISSION

La commission a examiné le présent rapport pour avis lors de sa réunion du 21 novembre 2007.

A la suite de l'exposé de la rapporteure pour avis, M. Josselin de Rohan a considéré que l'audiovisuel extérieur français se caractérisait par la dispersion des opérateurs et que le lancement de la nouvelle chaîne d'information France 24 n'avait pas contribué à simplifier les choses.

Il a rappelé qu'une réflexion sur la réorganisation de l'audiovisuel extérieur souhaitée par le Président de la République était actuellement en cours, et il a estimé que l'amendement proposé par la rapporteure était prématuré, et qu'il convenait d'attendre les propositions avant de modifier la structure actuelle de financement.

Il s'est ainsi interrogé sur l'intérêt de conserver des journaux télévisés des partenaires francophones sur TV5 Monde, de séparer l'information et la culture, et de regrouper l'information sous une même autorité à l'occasion de la réforme envisagée.

En réponse, Mme Monique Cerisier-ben Guiga, rapporteure pour avis, a considéré que supprimer l'information sur TV5 Monde pour la concentrer sur France 24 serait une grave erreur, dans la mesure où l'information ne joue pas le même rôle sur les deux chaînes. En effet, sur France 24, il s'agit d'un point de vue français sur l'actualité qui n'est pas obligatoirement exprimé en français mais aussi en anglais, en arabe, ou en espagnol, alors qu'il s'agit, en ce qui concerne TV5 Monde, d'un point de vue exprimé en français, mais qui n'est pas forcément celui de la France, mais aussi celui des autres pays francophones, comme le Canada, la Suisse ou la Belgique.

La rapporteure pour avis a ainsi cité l'exemple de la guerre en Irak, où il y avait une différence de points de vue sur TV5 Monde. Elle a considéré que l'information s'était nettement améliorée sur TV5 Monde, grâce notamment au découplage de la chaîne selon les fuseaux horaires, opéré en dépit d'un financement insuffisant.

M. Gérard Roujas a estimé que la dispersion actuelle des financements entre les différents opérateurs de l'audiovisuel extérieur était source de double emploi et de dépenses supplémentaires. Pour ces raisons, il a déclaré qu'il voterait contre l'adoption des crédits de ces deux programmes.

A l'issue de ce débat, la commission a rejeté, le groupe UMP votant contre et le groupe socialiste votant pour, l'amendement présenté par Mme Monique Cerisier-ben Guiga, rapporteure pour avis, tendant à regrouper le programme 115 et le programme 116 dans un programme unique, intitulé « Action audiovisuelle extérieure ».

Puis la commission proposé d'émettre un avis favorable à l'adoption des crédits des programmes « Audiovisuel extérieur » et « Chaîne française d'information internationale » de la mission « Médias », le groupe socialiste s'abstenant et M. Gérard Roujas votant contre,

ANNEXE :
LISTE DES PERSONNALITÉS
RENCONTRÉES PAR LE RAPPORTEUR

Vendredi 21 septembre 2007

M. François Bonnemain, *Président de TV5 Monde*

M. Alain de Pouzilhac, *Président du Directoire de France 24*

M. Philippe Autie, *Directeur des affaires budgétaires et financières au ministère des Affaires étrangères et européennes*

Lundi 24 septembre 2007

M. Antoine Schwarz, *Président directeur général de RFI*

M. Jean Mino, *Directeur général de Canal France International (CFI)*

Mardi 2 octobre 2007

Mme Anna Gazeau-Secret, *directeur général de la direction générale de la coopération internationale et du développement du ministère des affaires étrangère et*

M. Jérôme Pasquier, *directeur général adjoint*

Jeudi 4 octobre 2007

Entretien à la Présidence de la République avec les membres du comité de pilotage chargé de la réforme de l'audiovisuel extérieur

Mardi 9 octobre 2007

M. Richard Boidin, *directeur de l'audiovisuel extérieur au ministère des Affaires étrangères et européennes*