

N° 140

SÉNAT

SESSION ORDINAIRE DE 2020-2021

Enregistré à la Présidence du Sénat le 19 novembre 2020

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, adopté par l'Assemblée nationale, pour 2021,

TOME X

AVANCES À L'AUDIOVISUEL PUBLIC :

France Médias Monde (Programme 844)

et TV5 Monde (Programme 847)

Par Mme Joëlle GARRIAUD-MAYLAM et M. Jean-Noël GUÉRINI,

Sénateurs

(1) Cette commission est composée de : M. Christian Cambon, président ; MM. Pascal Allizard, Olivier Cadic, Olivier Cigolotti, Robert del Picchia, André Gattolin, Guillaume Gontard, Jean-Noël Guérini, Joël Guerriau, Pierre Laurent, Cédric Perrin, Gilbert Roger, Jean-Marc Todeschini, vice-présidents ; Mmes Hélène Conway-Mouret, Joëlle Garriaud-Maylam, MM. Philippe Paul, Hugues Saury, secrétaires ; MM. François Bonneau, Gilbert Bouchet, Mme Marie-Arlette Carlotti, MM. Alain Cazabonne, Pierre Charon, Édouard Courtial, Yves Détraigne, Mme Nicole Duranton, MM. Philippe Folliot, Bernard Fournier, Mme Sylvie Goy-Chavent, M. Jean-Pierre Grand, Mme Michelle Gréaume, MM. André Guiol, Ludovic Haye, Alain Houpert, Mme Gisèle Jourda, MM. Alain Joyandet, Jean-Louis Lagourgue, Ronan Le Gleut, Jacques Le Nay, Mme Vivette Lopez, MM. Jean-Jacques Panunzi, Gérard Poadja, Mme Isabelle Raimond-Pavero, MM. Stéphane Ravier, Bruno Sido, Rachid Temal, Mickaël Vallet, André Vallini, Yannick Vaugrenard, Richard Yung.

Voir les numéros :

Assemblée nationale (15^{ème} législ.) : 3360, 3398, 3399, 3400, 3403, 3404, 3459, 3465, 3488 et T.A. 500

Sénat : 137 et 138 à 144 (2020-2021)

SOMMAIRE

Pages

L’AUDIOVISUEL PUBLIC EXTÉRIEUR, PORTE-DRAPEAU DES VALEURS FRANÇAISES DANS LE MONDE.....	5
I. LA CRISE SANITAIRE COVID-19 : UN IMPACT PARADOXAL SUR L’ACTIVITÉ ET SUR LES COMPTES DES OPÉRATEURS DE L’AUDIOVISUEL EXTÉRIEUR.....	6
II. DES AMBITIONS MAINTENUES MALGRÉ DES MOYENS EN BAISSÉ	8
III. L’AUDIOVISUEL PUBLIC EXTÉRIEUR, PORTE-DRAPEAU DES VALEURS FRANÇAISES ET DE LA LANGUE FRANÇAISE DANS LE MONDE.....	11
EXAMEN EN COMMISSION.....	15
LISTE DES PERSONNES AUDITIONNÉES	21

L'AUDIOVISUEL PUBLIC EXTÉRIEUR, PORTE-DRAPEAU DES VALEURS FRANÇAISES DANS LE MONDE

Les programmes 844 « France Médias Monde » et 847 « TV5 Monde » de la mission « Avances à l'audiovisuel public » ont pour objet le financement des deux sociétés de l'audiovisuel public extérieur.

Le groupe **France Médias Monde (FMM)** réunit **France 24**, la chaîne d'information continue (en français, en anglais, en arabe et en espagnol) disponible dans plus de 400 millions de foyers, **Radio France Internationale (RFI)**, radio mondiale (en français et en seize autres langues), et **Monte Carlo Doualiya (MCD)**, radio en langue arabe. Selon l'article 44 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication, la mission de FMM est de «contribuer à la diffusion et à la promotion de la langue française, des cultures française et francophone, ainsi qu'au rayonnement de la France dans le monde, notamment par la programmation et la diffusion d'émissions de télévision et de radio ou de services de communication au public en ligne relatifs à l'actualité française, francophone, européenne et internationale », en français et en langues étrangères. Au total, les médias de FMM comptent 207,3 millions de contacts hebdomadaires (fin 2019).

TV5 Monde est une **chaîne généraliste francophone** basée à Paris, détenue conjointement par les sociétés audiovisuelles publiques de la France, de la Belgique, du Canada, du Québec et de la Suisse. Sa mission, définie dans une « Charte », consiste principalement à servir de vitrine à la Francophonie, à promouvoir la diversité culturelle, à favoriser les échanges de programmes entre pays francophones et à favoriser l'expression de la créativité audiovisuelle et cinématographique francophone. Son modèle économique repose sur la mise à disposition des programmes des chaînes partenaires, complété par des achats et de la production propre. Elle diffuse ses programmes par câble ou satellite dans plus de 200 pays, représentant plus de 364 millions de foyers.

Au cours de sa réunion du 18 novembre 2020, la commission des affaires étrangères, de la défense et des forces armées a donné un avis favorable, pour ce qui concerne les programmes 844 et 847, à l'adoption des crédits de la mission « Avances à l'audiovisuel public » dans le projet de loi de finances pour 2021.



TV5MONDE

I. LA CRISE SANITAIRE COVID-19 : UN IMPACT PARADOXAL SUR L'ACTIVITÉ ET SUR LES COMPTES DES OPÉRATEURS DE L'AUDIOVISUEL EXTÉRIEUR

- En 2020, l'activité des deux opérateurs de l'audiovisuel extérieur a été sensiblement affectée par la crise sanitaire. Entre mi-mars et mi-juin, le confinement a imposé une réorganisation du travail visant à **généraliser le télétravail** et à réduire au strict minimum la présence des personnels sur site (direction, diffusion, rédactions et productions...), en prenant toutes les précautions qui s'imposent (aménagement des postes de travail, distribution de masques et de gel hydro alcoolique...).



Dans un premier temps, le confinement s'est traduit par une **réduction de la production**, tant en interne que de la part des chaînes partenaires fournisseurs de programmes avec, pour conséquence, un **allègement conséquent des grilles éditoriales**. Les premières semaines du confinement, à FMM, la production était arrêtée la nuit, entre minuit et 6 heures, et l'on a recouru à des rediffusions sans jamais cesser de délivrer de l'information en direct. Le déploiement d'un plan de retour à la normale a permis une reprise par étapes. L'organisation prudente et résiliente mise en place permet désormais de faire fonctionner les antennes 24/7 de manière quasi normale avec l'intégralité des grilles dans le respect des protocoles sanitaires et de toutes les mesures de précaution, et avec du télétravail généralisé pour toutes les fonctions distanciables. TV5 Monde a été contrainte de réduire temporairement de 8 à 4 le nombre de ses déclinaisons géographiques et n'a pu reprendre ses productions propres, de manière progressive, qu'à partir du 11 mai.

- Par ailleurs, l'offre médiatique s'est adaptée au contexte sanitaire.

➡ Ainsi, les deux chaînes ont fait la part belle à **l'information sur la pandémie**. FMM a proposé des rendez-vous consacrés au suivi de la crise (comme « le tour du monde des soignants » sur France 24, Info coronavirus sur RFI...), y compris des modules destinés à combattre la désinformation (Les Observateurs de France 24, Coronaverif par RFI...). TV5 Monde, quant à elle, a diffusé quotidiennement les journaux télévisés de ses chaînes partenaires ainsi que leurs programmes consacrés à la situation sanitaire (« vous avez la parole » (France 2), « Anti-virus » (RTS). Certaines émissions (« MCD répond à vos questions » par exemple) délivrent des messages sanitaires à l'intention des publics confinés.

➡ Une autre innovation des chaînes pendant cette période a été de proposer des **contenus éducatifs renforcés et de contribuer à la continuité pédagogique**. A l'actif de FMM, l'émission temporaire de RFI « L'école à la radio » destinée aux enfants d'écoles primaires et la participation à l'opération « Nation apprenante » lancée par le ministère de l'Éducation nationale. TV5 Monde a également relayé les cours produits dans le cadre de cette opération ainsi que les programmes éducatifs « La maison Lumni » de France 2 et France 4, et proposé plusieurs applications et sites en ligne gratuits.



- D'un point de vue économique et financier, la crise sanitaire a eu des effets contradictoires et, s'agissant de FMM, des effets paradoxalement positifs en 2020. En effet, les surcoûts liés à la crise (achats de masques, nettoyage renforcé...) et la perte de recettes publicitaires liée à la réduction du nombre de programmes ont été plus que compensés par la baisse des dépenses (frais de mission...) et au report de projets (couverture des Jeux olympiques, du championnat d'Europe de football...) faisant apparaître un résultat de 5,4 M€, bien supérieur à celui qui était prévu (1 M€). Ce bénéfice va permettre à FMM d'accélérer la reconstitution de ses capitaux propres et de préserver son équilibre financier à l'horizon 2022.

Concernant TV5 Monde, le bilan est plus nuancé. En effet, en 2020, les recettes publicitaires devraient diminuer de 1,5 M€ par rapport aux prévisions. La chaîne s'attend également à une diminution des recettes de distribution¹ en relation avec les mesures d'économies et les faillites, particulièrement en Amérique latine, ce qui constitue une préoccupation sur le long terme. Les dépenses étant également en baisse du fait de la baisse d'activité (arrêt temporaire des productions propres, réduction des dépenses de marketing et de communication...), TV5 Monde devrait terminer l'année 2020 en équilibre.

Il faut noter que conformément à la doctrine interministérielle définie pour les entreprises majoritairement financées par des ressources publiques, les deux opérateurs n'ont pas eu recours au dispositif de chômage partiel et ont maintenu le niveau de rémunération de leurs personnels permanents et non permanents pendant tout le confinement. En revanche, les deux opérateurs devraient recevoir une petite contribution exceptionnelle au titre du plan de relance.

¹ La chaîne étant payante.

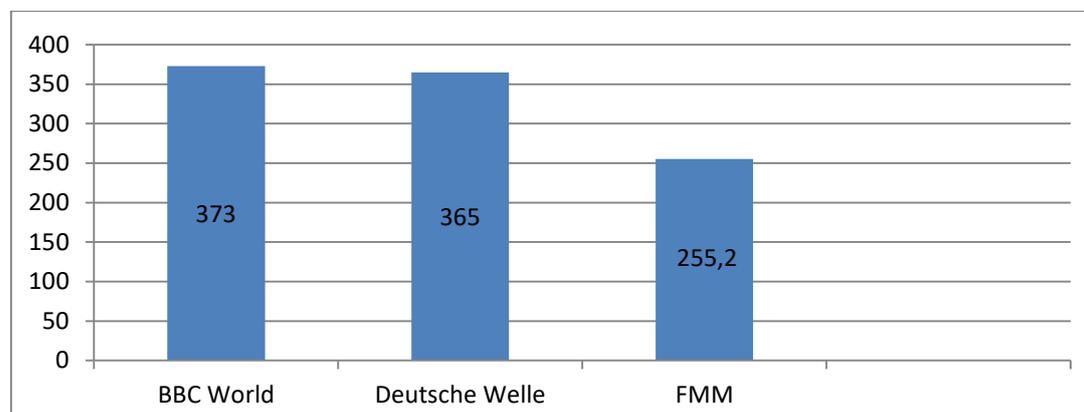
II. DES AMBITIONS MAINTENUES MALGRÉ DES MOYENS EN BAISSÉ

Le projet de loi de finances pour 2021 prévoit une dotation de **254,4 M€, en baisse de 0,5 M€, pour FMM et une dotation de 77,7 M€, reconduite par rapport à 2020, pour TV5 Monde.**

Ces dotations sont conformes à la trajectoire financière définie en 2018, qui prévoit une diminution de 190 M€ de l'enveloppe destinée à l'audiovisuel public sur la période 2018-2022, dont une baisse de 3,5 M€ pour FMM et de 1,2 M€ pour TV5 Monde.

Cette diminution de la ressource publique fragilise les sociétés de l'audiovisuel public extérieur, confrontées, par ailleurs, à une augmentation mécanique de certains de leurs coûts (masse salariale notamment), à une évolution incertaine de leurs ressources propres et à la concurrence dans le paysage médiatique international d'opérateurs publics autrement plus soutenus. Faut-il rappeler qu'en 2020, la **dotation publique allouée à BBC World s'est établie à 373 M€ et celle destinée à la Deutsche Welle à 365 M€** ? Et l'écart va continuer à se creuser puisque la chaîne allemande devrait bénéficier d'une augmentation de 24,5 M€ en 2021. Pour FMM qui voit sa dotation baisser à 254,4 M€, le risque est bien celui d'un décrochage.

Dotations publiques des trois premiers opérateurs européens de l'audiovisuel extérieur en 2020
(en M€)



Source : FMM

Pour autant, les **missions à accomplir et les ambitions affichées ne sont nullement revues à la baisse, bien au contraire**, comme en témoignent les **plans stratégiques** récemment redéfinis avec les ministères de tutelle.

Adopté en décembre 2019, le **plan « Horizon 2022 » de FMM**, en cours de traduction dans un contrat d'objectifs et de moyens » (COM) qui sera prochainement transmis au Parlement, se réfère, outre à cinq objectifs communs à l'ensemble des sociétés de l'audiovisuel public, à cinq objectifs spécifiques particulièrement ambitieux :

Les objectifs spécifiques de FMM aux termes du projet de COM

- assurer des missions internationales d'information plus essentielles que jamais et porter les valeurs démocratiques et républicaines dans le monde ;
- promouvoir la francophonie dans un monde plurilingue ;
- poursuivre la transformation numérique ;
- développer notre présence internationale ;
- poursuivre la mise en œuvre des objectifs de gestion.

Le nouveau plan stratégique de TV5 Monde, adopté en octobre en conseil d'administration et qui devrait être approuvé par les gouvernements bailleurs de la chaîne d'ici la fin de l'année, s'inscrit également dans la continuité du précédent : il s'agit de poursuivre le développement de la plateforme numérique *TV5Mondeplus*, lancée en septembre dernier, d'approfondir la dimension africaine et la sensibilité environnementale de la chaîne et de continuer la recherche de synergies avec les diffuseurs publics francophones.

Il faut **donner acte aux opérateurs de l'audiovisuel public extérieur de leur fort engagement** à l'égard de ces priorités et de leur détermination à remplir leurs missions de service public, malgré une **érosion continue des moyens qui leur sont accordés**. Les résultats qu'ils obtiennent dans un contexte de concurrence exacerbée sont plus qu'honorables et méritent d'être salués.

En 2019, **FMM a enregistré 207,3 millions de contacts chaque semaine** sur ses trois médias (Radio France Internationale (RFI), France 24 et Monte Carlo Doualiya (MCD), soit **31,3 millions de contacts de plus (+ 17,8 %)** qu'en 2018. 143,4 millions ont été des contacts sur les **offres linéaires (+10,5 %)** et 63,9 millions des contacts sur les **offres numériques (+ 37,8 %)**.

Sur l'ensemble de l'année 2019, **plus de 1,5 milliard de vidéos et sons** issus des offres des médias de FMM ont été consommés (132 millions par mois, soit +73 % par rapport à 2018).

Les performances de FMM en 2019



2019 a notamment été marquée par la montée en puissance de **France 24 en espagnol** qui est **passée d'une diffusion de 6 à 12 heures par jour à budget constant**, permettant une augmentation de 60 % du nombre de foyers touchés (13,3 millions) et de 50 % du nombre de téléspectateurs hebdomadaires.

TV5 Monde, quant à elle, se maintient comme la deuxième chaîne internationale en Afrique francophone et sa chaîne jeunesse Tivi5 y est classée première dans sa catégorie. Si son audience linéaire s'effrite en Europe (-9 % en 2019), elle progresse au Moyen-Orient et en Afrique du Nord, notamment au Maroc, grâce à la réception satellitaire gratuite, et en Asie grâce au dynamisme des opérateurs de télévision payante qui distribuent TV5 Monde auprès de leurs abonnés, en Inde notamment.

Il n'en reste pas moins que **la diminution de leurs ressources publiques contraint les opérateurs de l'audiovisuel extérieur à des choix difficiles**. Ainsi, après l'abandon fin 2018 de la diffusion satellitaire au Royaume-Uni et en Irlande (qui couvrait 16 millions de foyers), TV5 Monde a dû réduire sa couverture satellitaire en Europe orientale et en Asie centrale.

Pour préserver ses équilibres budgétaires, FMM a dû renoncer à la diffusion de France 24 sur la TNT outre-mer, résilier certains contrats de distribution de la chaîne (aux Etats-Unis, en Allemagne et en Roumanie) et réduire sa couverture à Hong-Kong. Elle a dû également concevoir un nouveau plan d'économies comprenant un **plan de départs volontaires ciblé** (30 personnes), qui générera des économies dès 2021.

Par ailleurs, s'il n'est désormais plus question d'intégration dans une holding où FMM risquait de perdre son identité et son autonomie - le projet de loi sur l'audiovisuel à l'ère du numérique voté en mars 2020 à l'Assemblée nationale n'étant plus à l'ordre du jour -, **la question de la pérennité de la recette affectée au service public de l'audiovisuel reste posée à moyen terme**, notamment avec la disparition programmée de la taxe d'habitation qui sert de vecteur de collecte à la contribution à l'audiovisuel public (CAP). **Le maintien d'une recette dédiée à l'audiovisuel public est indispensable pour garantir son indépendance.**

III. L'AUDIOVISUEL PUBLIC EXTÉRIEUR, PORTE-DRAPEAU DES VALEURS FRANÇAISES ET DE LA LANGUE FRANÇAISE DANS LE MONDE

Partout dans le monde, les opérateurs de l'audiovisuel public extérieur sont les **têtes de pont**, voire les digues, **du combat pour la défense des valeurs françaises** et la promotion du français.



Crédits photos : France 24

La diffusion des **valeurs démocratiques et républicaines** dans le monde est la **première des missions spécifiques assignées à FMM**, qui l'intègre dans l'ensemble de sa ligne éditoriale et en fait un thème prioritaire, traité avec beaucoup de pédagogie. Ainsi, après l'assassinat de S.Paty, l'opérateur a bouleversé ses programmes pour mettre ce thème en avant - la radio MCD ayant par exemple consacré une semaine spéciale à des sujets comme la liberté d'expression, la laïcité - et renforcer les actions d'éducation aux médias et à l'information.

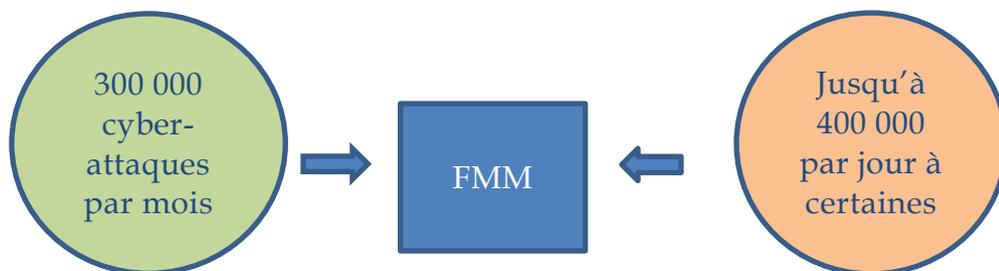
La mise en œuvre de cette priorité s'appuie sur le développement de la **diffusion en langues étrangères, notamment les langues africaines**, qui vont bénéficier du nouveau projet **Afri Kibaaru**, cofinancé par l'AFD pendant 3,5 ans. **La langue arabe** (à travers la programmation de France 24 en arabe et MCD) joue un rôle capital à cet égard. Mais elle s'appuie aussi sur la **promotion de la francophonie**, axe politique fort que partagent FMM (particulièrement à travers l'action de RFI, qui propose des outils d'apprentissage du français sur son site *RFI Savoirs*) et, bien sûr, TV5 Monde.

Toutes ces actions s'accompagnent d'un engagement fort en faveur de la **lutte contre la désinformation**, axe stratégique face à la multiplication d'infoc visant à semer le doute et miner la confiance dans les démocraties (cf. le rapport de la commission sur le suivi de l'audiovisuel extérieur français face à la crise sanitaire¹).

¹ *L'audiovisuel extérieur, une arme anti « Infoc » dans la crise sanitaire mondiale, rapport d'information n° 527 (2019-2020) du 17 juin 2020 de Mme Joëlle GARRIAUD-MAYLAM et M. Raymond VALL au nom de la commission des affaires étrangères, de la défense et des forces armées.*

Cet engagement en faveur de la défense des valeurs portées par la France fait partie **de l'ADN du groupe FMM**, dont de nombreux journalistes sont réservistes volontaires de l'Education nationale. « *Beaucoup de personnes dans le monde, notamment de Français résidant à l'étranger, comptent sur nous pour lutter contre l'obscurantisme* » a indiqué Mme Marie-Christine Saragosse lors de son audition.

Cette mission **expose nos opérateurs publics et les place en première ligne face aux menaces**. Ils sont ainsi **régulièrement visés par les cyberattaques**. Si celle qui a visé TV5 Monde en 2015 a été particulièrement marquante, il s'agit désormais d'un **phénomène permanent** (FMM enregistre près de **300 000 tentatives d'intrusion par mois** et en a subi jusqu'à 400 000 par jour lors de la vague de cyberattaques qui l'a visé entre mai et juillet 2019).



Tout récemment, RFI, France 24 et MCD, qui ont défendu, dans toutes leurs langues, la laïcité et la liberté d'expression, ont été la cible de piratages et d'un déferlement de messages de haine en provenance de pays musulmans dans le contexte de l'assassinat de Samuel Paty et la polémique sur les caricatures de Mahomet, tout comme TV5Monde. En outre, le lancement de la plateforme *TV5 Monde Plus* en a été perturbé, au point que la chaîne a décidé de suspendre sa promotion dans les pays arabes et d'adapter sa campagne.

Sur le terrain, personnels et correspondants sont des cibles privilégiées Entre 2000 et 2013, quatre journalistes de RFI ont été tués dans l'exercice de leurs fonctions et chaque année, FMM fait face à de multiples cas d'agressions, voire d'emprisonnements, de certains de ses correspondants dans les zones à risques. On peut également évoquer la situation du journaliste algérien Khaled Daren, correspondant de TV5 Monde, en prison depuis mars 2020 pour avoir couvert des manifestations contre le pouvoir. Pour les deux opérateurs, la sécurité des équipes est une préoccupation de premier ordre. FMM a, d'ailleurs, mis en place une formation à l'exercice du reportage en zone dangereuse dont bénéficient ses équipes et qu'elle met à profit de tous les médias qui le souhaitent.



Crédits photos : France 24

Vecteurs d'influence précieux et irremplaçables au service des valeurs françaises, nos opérateurs de la politique audiovisuelle extérieure gagneraient à être davantage soutenus dans l'accomplissement de cette mission. **Car les idées et les projets ne manquent pas, seuls font défaut les moyens pour les concrétiser.**

FMM souhaiterait, par exemple, développer la **diffusion en France** (en DAB+) **de MCD** (comme elle est en train de le faire pour RFI), estimant qu'il serait judicieux de rendre accessible cette radio laïque et républicaine en langue arabe sur notre propre territoire national. Par ailleurs, elle compte sur le soutien européen pour financer le **projet ENTR**, développé en partenariat avec l'opérateur allemand Deutsche Welle et qui vise à concrétiser l'idée de « plateforme numérique franco-allemande » prévue à l'article 9 du traité d'Aix-la-Chapelle.

Le projet ENTR

ENTR est une offre 100% numérique, essentiellement sur les réseaux sociaux, à destination des jeunes Européens entre 18 et 34 ans. Elle vise à **lutter contre la montée en puissance des populismes et des fausses informations** et de contribuer à développer le sentiment d'appartenance européen. Elle a donc vocation - à terme - à s'adresser en 23 langues aux jeunes des 27 Etats membres de l'Union Européenne, notamment grâce à l'association de médias partenaires issus de ces pays.

Le budget global du projet pilote s'élève à 3,5M€ pour 2021, comprenant une subvention de l'UE (70%) et un apport des partenaires (30%). S'agissant de la subvention européenne, les partenaires (qui incluent trois autres opérateurs européens) ont répondu à un appel d'offres en juillet 2020 dont les résultats devraient être bientôt connus. Sans cet apport, le projet ne pourrait voir le jour. La Deutsche Welle va y mettre 750 K€ grâce à un financement spécifique du ministère allemand des affaires étrangères. FMM, pour sa part, devait contribuer essentiellement sur ses ressources (389K€). Il est cependant envisagé qu'une partie de la dotation exceptionnelle de 500 K€ allouée à FMM dans le cadre du plan de relance puisse être mobilisée pour le projet, **ce que la commission des affaires étrangères et de la défense ne peut que soutenir, l'apport de FMM devant être en phase avec celui de son partenaire, dans un souci d'équilibre.**

EXAMEN EN COMMISSION

Au cours de sa réunion du mercredi 18 novembre 2020, la commission des affaires étrangères, de la défense et des forces armées, sous la présidence de M. Christian Cambon, président, a procédé à l'examen des crédits des programmes 844 – France Médias Monde - et 847 – TV5 Monde – de la mission « Audiovisuel extérieur ».

Mme Joëlle Garriaud-Maylam, co-rapporteur pour avis. – Monsieur le président, chers collègues, j'évoquerai d'abord le contexte financier des deux sociétés de l'audiovisuel public extérieur, à commencer par l'impact de la crise sanitaire sur les comptes. S'agissant de France Médias Monde, la pandémie de covid-19 a eu des effets paradoxalement positifs en 2020. En effet, les surcoûts liés à la crise et la perte de recettes publicitaires ont été plus que compensés par les économies liées à la baisse des dépenses et au report de projets comme la couverture des Jeux olympiques à l'année 2021, faisant apparaître un résultat de 5,4 M€. Ce bénéfice inespéré va permettre à FMM d'accélérer la reconstitution de ses capitaux propres et de préserver ses équilibres financiers à l'horizon 2022.

Concernant TV5 Monde, le bilan est plus nuancé. En effet, au-delà de la baisse prévisible des recettes publicitaires, la chaîne s'attend à une diminution des recettes de distribution, liées à la vente de programmes, particulièrement en Amérique latine, où la situation économique est difficile et les faillites nombreuses. Il s'agit d'une préoccupation pour le modèle économique de la chaîne sur le long terme. TV5 Monde devrait cependant terminer à l'équilibre du fait de la baisse des dépenses en 2020.

Pour 2021, le projet de loi de finances prévoit une dotation de 254,4 M€, en baisse de 0,5 M€, pour FMM et une dotation de 77,7 M€, reconduite par rapport à 2020, pour TV5 Monde. Ces montants sont conformes à la trajectoire financière définie en 2018, qui prévoit une diminution de l'enveloppe destinée à l'audiovisuel public sur la période 2018-2022. Il faut noter que les deux opérateurs devraient aussi recevoir une petite contribution exceptionnelle au titre du plan de relance.

Cette diminution de la ressource publique fragilise les sociétés de l'audiovisuel public extérieur, confrontées par ailleurs à une augmentation mécanique de certains de leurs coûts (comme la masse salariale, à l'évolution incertaine de leurs ressources propres et à la concurrence internationale d'autres opérateurs beaucoup plus soutenus. En 2020, BBC World a reçu une dotation de 373 M€ et la Deutsche Welle de 362 M€, soit plus de 100 M€ de plus que FMM ! Et je ne parle pas des soutiens que reçoivent les médias extérieurs des Etats puissances!

Dans le même temps, les ambitions affichées ne sont pas revues à la baisse, comme en témoignent les plans stratégiques des deux sociétés récemment redéfinis avec les ministères de tutelle.

Dans ce contexte, des choix difficiles doivent être faits. Après l'abandon fin 2018 de la diffusion satellitaire au Royaume-Uni et en Irlande, TV5 Monde a dû réduire sa couverture satellitaire en Europe orientale et en Asie centrale. De la même manière, FMM a dû renoncer à la diffusion de France 24 sur la TNT outre-mer, résilier certains contrats de distribution de la chaîne (notamment aux Etats-Unis et en Allemagne) et réduire sa couverture à Hong-Kong. Elle a dû également se résigner à un plan de départs volontaires portant sur 30 personnes.

Les résultats obtenus par les opérateurs de l'audiovisuel public extérieur n'en restent pas moins méritoires et témoignent d'un fort engagement vis-à-vis de leurs missions. En 2019, FMM a vu le nombre de « contacts hebdomadaires » sur ses trois médias progresser de 17,8 %, la hausse frôlant les 38 % sur le segment numérique. 2019 a notamment été marquée par la montée en puissance de la chaîne France 24 en espagnol, qui est passée d'une diffusion de 6 à 12 heures par jour à budget constant, portant à 13,3 millions le nombre de foyers touchés et permettant une hausse de 50 % du nombre de téléspectateurs hebdomadaires. Il s'agit d'une très grande avancée, qui ancre France 24 en Amérique latine.

TV5 Monde, quant à elle, a lancé il y a quelques semaines sa grande plateforme numérique TV5 Monde Plus et se maintient comme la deuxième chaîne internationale en Afrique francophone. Si son audience linéaire s'effrite en Europe (-9 % en 2019), elle progresse au Moyen-Orient et en Afrique du Nord et en Asie. Je cède maintenant la parole à mon collègue.

M. Jean-Noël Guérini, co-rapporteur pour avis. - Je souhaiterais, pour ma part, insister sur la spécificité des opérateurs de l'audiovisuel public extérieur, sur leur raison d'être qui est de porter le rayonnement de la France et de promouvoir les valeurs françaises et la langue française dans le monde.

La diffusion des valeurs démocratiques et républicaines dans le monde est la première des missions spécifiques assignées à FMM, qui l'intègre dans l'ensemble de sa ligne éditoriale et en fait un thème prioritaire. Ainsi, après l'assassinat de Samuel Paty, l'opérateur a bouleversé ses programmes pour mettre ce thème en avant et renforcé les actions d'éducation aux médias et à l'information.

Cette priorité s'appuie sur le développement de la diffusion en langues étrangères, notamment les langues africaines et la langue arabe. Concernant les langues africaines, il faut souligner l'intérêt du projet Afri Kibaaru, qui bénéficie d'un cofinancement de l'Agence française de développement (AFD) pendant trois ans et demi et qui permet de renforcer les offres de RFI depuis ses trois pôles régionaux de Dakar, Lagos et Nairobi.

Mais, bien sûr, elle repose aussi sur le développement de la francophonie, axe politique fort que partagent FMM et TV5 Monde.

Toutes ces actions s'accompagnent d'une implication forte dans la lutte contre les infox qui cherchent à semer le doute et à miner la confiance dans les démocraties.

Défendre les valeurs portées par la France fait partie de l'ADN du groupe FMM, dont de nombreux journalistes sont réservistes volontaires de l'Education nationale. « Beaucoup de personnes dans le monde, notamment de Français résidant à l'étranger, comptent sur nous pour lutter contre l'obscurantisme » a indiqué Mme Marie-Christine Saragosse lors de son audition.

Cet engagement fort expose nos opérateurs publics et les place en première ligne face aux menaces. Ils sont ainsi régulièrement visés par les cyberattaques. On se souvient particulièrement de celle qui a visé TV5 Monde en 2015. Il s'agit désormais d'un phénomène permanent (FMM enregistre près de 300 000 tentatives d'intrusion par mois et en a subi jusqu'à 400 000 par jour entre mai et juillet 2019). Tout récemment, FMM et TV5Monde ont été la cible de piratages et d'un déferlement de messages de haine en provenance de pays musulmans dans le contexte de l'assassinat de Samuel Paty et la polémique sur les caricatures de Mahomet.

Sur le terrain, personnels et correspondants sont des cibles privilégiées, comme l'illustre la situation du journaliste algérien Khaled Dareni, correspondant de TV5 Monde, en prison depuis mars 2020 pour avoir couvert les manifestations contre le pouvoir du mouvement Hirak. Pour les deux opérateurs, la sécurité des équipes est une préoccupation de premier ordre.

Malgré ces risques, les opérateurs de la politique audiovisuelle extérieure continuent à accomplir leurs missions avec beaucoup de détermination et d'engagement, et nous aurions tout intérêt à les soutenir davantage. Car les idées et les projets ne manquent pas, seuls font défaut les moyens pour les concrétiser.

Deux exemples :

FMM souhaiterait pouvoir développer la diffusion en France (en DAB+) de la radio MCD, estimant qu'il serait particulièrement judicieux de rendre accessible cette radio de langue arabe, laïque et républicaine, sur notre propre territoire national.

Par ailleurs, elle a besoin d'être soutenue pour développer un très beau projet, dénommé ENTR, développé en partenariat avec l'opérateur allemand Deutsche Welle, et qui vise à concrétiser l'idée de « plateforme numérique franco-allemande » prévue par le traité d'Aix-la-Chapelle. Il s'agira d'une offre 100% numérique s'adressant aux jeunes Européens entre 18 et 34 ans et qui vise à contribuer à la lutte contre la montée des

populismes et au développement du sentiment d'appartenance européen. Ce projet, pour lequel est sollicitée une subvention européenne, doit en effet bénéficier aussi d'apports des différents partenaires. La Deutsche Welle va y mettre 750 000 € grâce à un financement spécifique du ministère allemand des affaires étrangères. FMM, pour sa part, finançait elle-même sa contribution, sans aide supplémentaire. On parle désormais de flécher sur ce projet une partie de la dotation exceptionnelle de 0,5M€ qui sera allouée à FMM dans le cadre du plan de relance. Cela nous semble indispensable afin que l'apport de FMM puisse être en phase avec celui de son partenaire allemand, dans un souci d'équilibre.

Sous réserve que nous puissions des assurances en ce sens –et je propose que nous interrogeons le ministre en séance à ce sujet –, serions disposés à donner un avis positif aux crédits des programmes 844 et 847.

M. Christian Cambon, président. – Merci aux rapporteurs pour leur rapport sur ces opérateurs qui jouent un rôle important pour le rayonnement de la France. L'an passé, nous avons manifesté notre désapprobation à l'égard de la baisse des crédits de FMM et nous avons voté un amendement destiné à prélever des crédits à son profit sur le budget de l'AFD. Malheureusement, nous n'avons pas été suivis à l'Assemblée nationale.

Mme Joëlle Garriaud-Maylam, co-rapporteur pour avis. – Mais notre initiative n'a pas été vaine car l'AFD a finalement accepté de subventionner à hauteur de 15 millions d'euros le programme Afri'Kibaaru qui vise à renforcer l'accès à une information fiable dans plusieurs langues africaines. Ainsi, grâce au Parlement, des progrès sont accomplis, même si nous aurions, bien sûr, préféré inscrire cette mesure dans la loi. Cette année encore, il faudra que nous obtenions des assurances, en particulier sur le projet évoqué par mon collègue Jean-Noël Guérini, car il n'est pas normal que la Deutsche Welle obtienne 0,75 million d'euros et que FMM doive puiser dans ses ressources propres.

M. Christian Cambon, président. – Je souhaite attirer l'attention des rapporteurs sur la manière dont France 24 est perçue dans certains pays ; il m'est arrivé d'être pris à parti à ce sujet par exemple en Egypte ou au Maroc. De surcroît, le nom « France 24 » suggère que c'est la voix officielle de la France qui s'exprime par ce canal. Nous défendons bien sûr la liberté d'expression, mais il faudrait s'assurer que France 24 remplit bien les missions prévues par son cahier des charges.

M. André Gattolin. – En ce qui me concerne, je regarde beaucoup cette chaîne, environ deux heures par jour. Je suis très étonné par l'extrême mansuétude des parlementaires à l'égard de l'audiovisuel extérieur français. J'ai l'impression que les gens qui en parlent ne regardent pas ces médias. Nous avons un problème de stratégie sur le plan technologique. Nous ouvrons en Afrique et en Asie, dans des pays pas toujours démocratiques, des stations FM sous la contrainte gouvernementale. En République

Centrafricaine, le ministère des affaires étrangères a dû apporter une rallonge de 1 à 2 millions d'euros pour lutter contre la désinformation russe. La Russie et la Chine diffusent en Afrique et en langue française des médias qui touchent la jeunesse africaine. Les stations FM françaises, elles, ne sont regardées que par les plus de 65 ans. Notre influence est nulle. Il y a une erreur stratégique : l'investissement dans la francophonie est très faible. Je me suis, pour ma part, toujours opposé à la diffusion de France 24 en espagnol tant que nous ne serions pas au niveau en français, en anglais et en arabe. On ne peut demander toujours plus d'argent pour diffuser dans d'autres langues, essayons déjà de bien faire ce qui existe, ce n'est pas le cas aujourd'hui. J'avais, à cet égard, préparé un amendement en vue de l'examen du projet de loi sur la réforme de l'audiovisuel pour obliger FMM à produire au moins 50 % de ses programmes en français.

Quant à la ligne éditoriale, je ne vois pas bien le point de vue français qui serait exprimé dans ces médias. Les journalistes disent ce qu'ils veulent, y compris sur la France. Paradoxalement, le seul média qui donne un point de vue français est TV5 Monde, société dans laquelle la France n'est pas la seule partie prenante. Il faudrait regarder attentivement ce que font les opérateurs de l'audiovisuel public chez nos voisins, tout n'est pas seulement une question d'argent. Par exemple, je constate que nos médias ne s'intéressent pas vraiment à l'Europe et à l'Assemblée parlementaire du Conseil de l'Europe, où je siége, je suis régulièrement interviewé par la Deutsche Welle, mais jamais par nos opérateurs. Il faudrait que l'on examine d'un peu plus près les contenus et la cohérence de l'ensemble.

Mme Hélène Conway-Mouret. - Monsieur le Président, pourriez-vous svp préciser les critiques que vous avez entendues concernant France 24 ?

M. Christian Cambon, président. - Certains responsables gouvernementaux se plaignent d'être la cible de critiques et pensent, en outre, que c'est la voix de la France qui s'exprime.

M. Olivier Cadic. - Je remercie les rapporteurs et salue l'action que notre collègue Joëlle Garriaud-Maylam a évoquée concernant le soutien de l'AFD. J'abonde dans le sens d'André Gattolin sur le manque de cohérence. Le dénigrement de la France s'inscrit dans la guerre hybride, c'est un enjeu important pour nous. L'outil FMM est essentiel pour lutter contre la désinformation à laquelle se livrent certains médias comme RT à des fins de déstabilisation, mais il nous faut piloter davantage sa stratégie.

Mme Joëlle Garriaud-Maylam, co-rapporteur pour avis. - Je m'inscris en faux contre les critiques sur le manque de stratégie de France 24. Il ne faut pas être naïf, il y a des pays où la polémique est répandue, où l'on vous accuse de soutenir tantôt le gouvernement, tantôt l'opposition. FMM ne prétend pas être la voix politique de la France, mais un outil d'influence et de promotion de certaines valeurs, notamment la liberté d'expression et du

dialogue. Il est vrai que certains intervenants invités dans les débats ont parfois des propos peu amènes, j'en ai moi-même fait l'expérience. Il doit y avoir une certaine limite. Mais en ce qui concerne la stratégie et le travail qui est mené, je veux rendre hommage à FMM, en particulier France 24, et à TV5 Monde qui, avec des moyens modestes, jouent un rôle important pour notre rayonnement. Nous ne pouvons que les soutenir et essayer de les défendre sur le plan budgétaire.

La commission des affaires étrangères, de la défense et des forces armées a donné un avis favorable, pour ce qui concerne les programmes 844 et 847, à l'adoption des crédits de la mission « Avances à l'audiovisuel public » dans le projet de loi de finances pour 2021, le groupe socialiste, écologiste et républicain s'abstenant.

LISTE DES PERSONNES AUDITIONNÉES

Mardi 27 octobre 2020

- *Direction générale des médias et des industries culturelles - ministère de la culture* : **M. Jean-Baptiste GOURDIN**, Directeur général des médias et des industries culturelles.

- *TV5 Monde* : **M. Yves BIGOT**, Directeur général.

Jeudi 12 novembre 2020

- *France Médias Monde* : **Mme Marie-Christine SARAGOSSE**, présidente-directrice générale.