

A S S E M B L É E N A T I O N A L E

X V ^e L É G I S L A T U R E

Compte rendu

Commission des affaires culturelles et de l'éducation

- Audition de Mme Delphine Ernotte, présidente de France Télévisions, sur l'exécution du contrat d'objectifs et de moyens de la société en 2018.....2
- Informations relatives à la Commission 27
- Présences en réunion..... 28

Mercredi
24 juillet 2019
Séance de 9 heures 30

Compte rendu n° 69

SESSION EXTRAORDINAIRE DE 2018-2019

**Présidence de
M. Bruno Studer,
*Président***



COMMISSION DES AFFAIRES CULTURELLES ET DE L'ÉDUCATION

Mercredi 24 juillet 2019

La séance est ouverte à neuf heures trente-cinq

(Présidence de M. Bruno Studer, président de la Commission)

La commission des affaires culturelles et de l'éducation procède à l'audition de Mme Delphine Ernotte, présidente de France Télévisions, sur l'exécution du contrat d'objectifs et de moyens en 2018.

M. le président Bruno Studer. Mes chers collègues, j'ai le grand plaisir de souhaiter en votre nom la bienvenue à Mme Delphine Ernotte, présidente-directrice générale de France Télévisions. Cette rencontre consacrée au bilan de l'exécution du contrat d'objectifs et de moyens de l'entreprise en 2018 nous permettra aussi d'échanger sur l'actualité du groupe France Télévisions et ses projets d'évolution en cette période de réflexion sur les nécessaires mutations du service public de l'audiovisuel et, au-delà, sur la régulation du secteur.

Avant de vous céder la parole, madame la présidente, je vous poserai quelques questions. La première porte sur le transfert de l'offre « jeunesse » du groupe vers le numérique. Une plateforme spécifique devrait voir le jour en septembre, un an avant la fin de la diffusion linéaire des programmes de France 4 ; pourriez-vous nous la présenter et nous dire comment, sur le plan contractuel, vous parvenez à gérer cette transition avec le secteur de l'animation ? Comment comptez-vous pallier les conséquences de la fin de la diffusion linéaire de France 4 sur la programmation des œuvres cinématographiques ? Enfin, le très intéressant rapport du Conseil consultatif des programmes de France Télévisions révèle que les jeunes actifs attendent du groupe qu'il innove et fasse preuve d'audace dans ses programmes, ses présentateurs et ses formats. Comment ces attentes se traduisent-elles dans l'organisation et les financements de France Télévisions ? Cette logique est-elle conciliable avec la place que prend encore la mesure de l'audience et avec la nécessité pour France Télévisions de s'adresser aux Français de tous âges ?

Mme Delphine Ernotte, présidente de France Télévisions. Je suis ravie de vous retrouver au terme d'une année particulièrement riche et intense pour France Télévisions. L'année dernière à la même époque, j'étais venue vous présenter les grands axes de la réforme de France Télévisions alors que, vous vous en souvenez, le Gouvernement venait de rendre son arbitrage sur le cap stratégique du groupe et sa trajectoire financière en 2022 et aussi sur le plan pluriannuel, avec des objectifs, année après année, assez précis : il ne s'agissait de rien de moins que de construire la transformation et la révolution de la télévision publique. Un an plus tard, je puis vous dire que nous n'avons pas chômé. L'ensemble des attentes et des objectifs fixés pour 2018 ont été atteints. Évidemment, au-delà des résultats quantitatifs que vous trouvez dans le rapport d'exécution du contrat d'objectifs et de moyens, c'est véritablement une méthode de transformation que nous avons mise en place tout au long de l'année.

La rupture, pour le secteur, apparaît toujours plus évidente. Ainsi, si l'on prend pour seul indicateur la durée d'écoute en direct de la télévision, on constate qu'elle ne cesse de décroître, notamment auprès des jeunes publics : ainsi a-t-elle diminué de 25 % chez les moins de 35 ans entre 2012 et 2017. Dans le même temps, de grands acteurs américains tels que Netflix prennent une place de plus en plus importante. Aujourd'hui, Netflix est la cinquième chaîne en France ; si l'on observe la situation dans les pays du Nord de l'Europe qui ont subi

plus tôt cette révolution numérique, on se rend compte que Netflix est la première chaîne en Norvège, et l'on sait que la BBC s'inquiète de voir ses parts de marché grignotées par les différentes plateformes – car il y a Netflix mais aussi Amazon Prime Video.

La transformation de l'audiovisuel public français n'est pas un cas isolé : elle s'inscrit dans un contexte européen. Toutes les télévisions publiques européennes sont peu ou prou confrontées aux mêmes défis et aux mêmes difficultés. Nous nous sommes d'ailleurs beaucoup inspirés de ce qu'ont fait les pays nordiques – la Norvège et la Suède, que nous avons rencontrés chez eux et avec lesquels nous avons entretenu un dialogue assez intense pour comprendre comment ils ont affronté la révolution numérique et s'inspirer de leur expérience. De même, d'autres pays européens s'inspirent de France Télévisions, notamment pour le volet « information » et Franceinfo ; nous avons ainsi eu le plaisir d'accueillir la RAI italienne la semaine dernière et la télévision publique espagnole, RTVE, pour traiter de la méthode de transformation et de l'opération que nous avons menée avec l'ensemble des services publics sur l'information.

Dès le mois de septembre dernier, nous avons lancé avec Radio France une grande consultation publique intitulée « Ma télé, ma radio demain ». Le succès de cette consultation a dépassé nos espérances, avec 127 000 réponses et plus de 550 000 *verbatim*. Le très riche matériau recueilli nous a permis de mieux comprendre ce que nos concitoyens attendent de leur télévision publique. Sans en venir à une offre de télévision uniquement guidée par les attentes des téléspectateurs, nous avons jugé qu'il nous fallait beaucoup mieux en tenir compte. C'est donc en nous fondant sur les résultats de cette consultation que nous avons fixé nos nouvelles ambitions.

La première des attentes concerne l'information de service public. Le souhait d'une information exigeante et indépendante s'est manifesté plus fortement que jamais. Dans un espace public chaotique et de plus en plus marqué par l'immédiateté, les citoyens attendent de nous des garanties en matière de certification de l'information et de maîtrise des nouveaux usages. De ce point de vue, on peut dire que Franceinfo, que nous avons en partage avec Radio France, France 24 et l'INA, a réussi ce pari. Après deux ans d'existence, l'offre numérique de Franceinfo se place en tête des visites avec plus de 20 millions de visiteurs uniques chaque mois. La chaîne détient aussi un record en matière de confiance de la part des citoyens français. Une enquête mesure régulièrement la confiance que les Français ont dans les différentes chaînes d'information et, d'une manière générale, la cote de confiance pour les informations diffusées par France Télévisions se maintient à un niveau bien supérieur à celle dont bénéficient les médias privés, en dépit de la crise des Gilets jaunes qui a touché les médias en général, notre groupe compris. Des conversations que j'ai avec mes collègues européens, il ressort que l'offre de Franceinfo est désormais considérée comme une référence en Europe. Depuis 2015, je n'ai cessé de moderniser l'information de France Télévisions, qui a désormais une rédaction unique. Mais, bien sûr, des progrès restent nécessaires pour faire reculer la méfiance de nos concitoyens envers l'information.

La deuxième attente qui s'est exprimée très fortement est celle d'une information proche des territoires. Aussi allons-nous étendre significativement l'offre d'information de proximité à dater de septembre, en commençant par les matinales communes avec France Bleu : Mme Sybille Veil et moi-même avons annoncé que nous étendrons l'expérimentation conduite à Nice et à Toulouse à une dizaine d'autres matinales d'ici la fin de l'année. Les prochaines concerneront sans tarder Lille et Guéret. C'est évidemment une première étape de notre coopération avec Radio France, qui doit nous conduire à lancer une offre numérique commune d'information de proximité, idéalement avant les municipales de 2020. Nous allons

aussi élargir les plages d'informations régionales, aujourd'hui biquotidiennes, sur l'ensemble du territoire. Enfin, même si nous avons énormément progressé sur ce plan, je pense que l'on peut aller encore plus loin, et nous allons donc « événementialiser » nos antennes davantage encore, en nous ancrant plus dans la vie politique locale, culturelle et sociale des territoires. Le prochain grand rendez-vous politique pour France 3, ce seront évidemment les élections municipales ; nous nous devons d'exposer le débat au plus près des attentes des concitoyens.

Je ne détaillerai pas plus avant les résultats de cette très riche consultation, dont nous avons cherché à tirer les enseignements dans un « pacte citoyen » que nous avons exposé le 18 juin. Ce pacte s'articule en trois axes – l'engagement, l'innovation et le plaisir, trois notions que l'on retrouvera dans tous nos programmes et dans toutes nos offres.

L'engagement, c'est celui d'une télévision qui aide la société à aller mieux. Dès septembre, nous lancerons une grande mobilisation de nos antennes autour de l'environnement. Nous sommes aussi attendus pour donner l'exemple, notamment en matière de diversité – de toutes les formes de diversité. Pour ce qui est de l'égalité femmes-hommes, France Télévisions a très nettement progressé mais doit continuer de le faire. Il nous reste beaucoup de chemin pour ce qui est de la diversité des origines territoriales, économiques, géographiques et ethniques, de manière que la télévision publique reflète mieux la société telle qu'elle est. L'engagement, c'est aussi accomplir nos grandes missions de service public, comme nous l'avons fait avec la signature, il y a quelques jours, du pacte pour la visibilité des outre-mer : pour la première fois, des objectifs concrets, précis et chiffrés sont fixés pour donner à voir la réalité et la spécificité des territoires ultramarins sur l'ensemble des chaînes du groupe et non plus uniquement sur l'une d'elles.

L'innovation, c'est oser proposer des programmes ambitieux, différents et créatifs qui bousculent les codes et c'est, bien sûr, répondre aux défis technologiques à venir – 5G, 8K, intelligence artificielle. Mais il y a aussi l'innovation dans la ligne éditoriale, pour rester connectés à notre jeunesse, notamment les enfants. D'ici la fin de l'année, nous lancerons Okoo, la nouvelle plateforme destinée aux enfants. Elle réunira toutes les marques existantes – Ludo, Zouzous et France 4 – ce qui permettra d'offrir le catalogue le plus large, d'animation notamment, disponible gratuitement et en permanence à tous les enfants.

Le plaisir, enfin, consiste à faire une télévision répondant aussi au souhait d'une offre récréative, permettant de partager toutes les cultures, ainsi que le sport, bien sûr. Les audiences du Tour de France sont en très forte progression ; c'est un moment de partage. Le fait que nous ayons obtenu l'exclusivité des droits de retransmission télévisuelle en clair des Jeux Olympiques d'hiver de 2022 et des Jeux Olympiques de Paris en 2024 est extrêmement positif : on sait que ce sera un rendez-vous important pour la nation. Nous sommes actuellement en discussion avec Roland-Garros pour préserver les droits ; nous ferons tout pour tenter de garder les droits d'au moins une partie de cette retransmission qui, avec celle des Jeux Olympiques et du Tour de France, participe de l'identité du service public.

Le Pacte citoyen se traduit aussi par une nouvelle manière de mesurer notre succès ; c'est une réponse partielle à la question que vous venez de me poser, monsieur le président. Nos audiences, telles qu'elles sont mesurées traditionnellement, progressent, et nous battons des records mois après mois. Mais, à l'heure où une grande partie de l'attention des spectateurs est absorbée par des vidéos sur d'autres écrans et sous d'autres formes, il serait quelque peu absurde de continuer de s'appuyer uniquement sur la mesure d'audience de la télévision linéaire traditionnelle. C'est pourquoi j'ai souhaité refondre les indicateurs de mesure du succès de France Télévisions et, en même temps, mettre désormais en avant la couverture

hebdomadaire, qui deviendra notre nouvelle référence. Nous évaluerons désormais combien de Français ont, chaque semaine, regardé au moins un programme de France Télévisions, sur tous supports : télévision linéaire traditionnelle, rattrapage, programme sur france.tv ou une autre de nos plateformes ; nous savons qu'aujourd'hui, 75 % des Français ont un contact chaque semaine avec France Télévisions. Pourquoi cette couverture hebdomadaire ? Nous avons bien sûr une couverture journalière, mais l'on ne peut s'attendre à ce que nos concitoyens regardent France Télévisions tous les jours. Nous avons aussi une couverture mensuelle, un peu trop lâche – regarder un programme par mois ne crée pas un lien réel avec France Télévisions. Nous nous sommes donc inspirés de ce qu'ont fait nos voisins européens, qui ont défini la couverture hebdomadaire comme étant le bon critère de mesure de la progression.

Ce ne sera évidemment pas le seul indicateur et nous continuerons de mesurer la confiance que nos concitoyens accordent à l'information en général et l'information de service public en particulier. Nous continuerons aussi de mesurer la satisfaction que procure la qualité de nos programmes, et encore « l'engagement numérique » de nos publics autour de nos contenus. Qu'est-ce que cela signifie ? Il s'agit de déterminer si ce que l'on met en ligne fait parler, si les programmes de France Télévisions, qu'ils soient proposés en format linéaire ou en format numérique, ont un impact sur les débats qui traversent la société. Évidemment, cet indicateur est difficile à mettre au point, car il y a aussi les « mauvais impacts » – ce qui fait parler négativement. Mais nous le suivrons désormais, parce que nous ne visons pas simplement à satisfaire un téléspectateur de manière instantanée mais aussi à l'amener à réfléchir et à provoquer le débat en exposant les différents points de vue.

La mobilisation de nos concitoyens se double de celle des collaborateurs de France Télévisions qui, depuis de nombreuses années, réalisent un travail remarquable et accomplissent beaucoup d'efforts pour absorber un changement qui ne se fait pas sans difficulté, puisque nous avons dans le même temps des plans d'économies assez forts. Les résultats sont là : depuis 2015, nous tenons l'équilibre budgétaire année après année, nous respectons les trajectoires d'effectifs, effectifs qui ont déjà baissé de 8 % depuis 2012, ce qui n'est pas insignifiant. Nous suivons évidemment à la lettre les recommandations de la Cour des comptes, pour ce qui est notamment de l'exemplarité et du respect des règles de la commande publique. Je peux dire que, grâce à la rigueur et la mobilisation de l'ensemble de ses salariés, la gestion du groupe France Télévisions est aujourd'hui saine et exemplaire.

Mais il ne faut pas se faire d'illusions : le travail qui nous attend et les réformes engagées sont lourdes et significatives pour le groupe et les salariés. Les plans d'économies qui se sont succédé depuis plusieurs années ont eu un fort impact sur la structure du groupe et sur ses partenaires. Étant donné les économies encore prévues et la trajectoire budgétaire arrêtée l'année dernière par le Gouvernement, il n'est plus question pour nous de nous en tenir à une logique de seule réduction : il s'agit bien de transformer profondément la manière dont nous travaillons et dont nous produisons nos programmes, et de repenser le cadre de l'exercice de nos missions. Ce qui est à l'œuvre, c'est une méthode de transformation innovante, tenant compte des contraintes qui sont les nôtres – les règles et les objectifs qui nous sont donnés – tout en gardant le lien en permanence avec chacun des salariés de France Télévisions et leurs représentants.

Pour mener cette transformation « agile », nous avons commencé par porter un diagnostic partagé avec l'ensemble des équipes. Je me suis prioritairement appuyée sur les managers pour partager avec eux la nécessité du changement et pour les interroger sur les projets et les sujets qu'ils estimaient prioritaires pour accompagner le changement. Ce matériau extrêmement riche nous a permis de bâtir le projet d'entreprise, en favorisant le travail en mode

« projet » et l'équilibre entre les différents secteurs de l'entreprise. Les salariés sont prêts au changement ; ils comprennent très bien l'environnement dans lequel nous exerçons notre métier, donc la nécessité d'évoluer. Il y a des désaccords avec les organisations syndicales sur les objectifs de réduction d'effectifs – je ne vous dirai pas le contraire –, mais il existe désormais un cadre négocié solide et assez innovant de dialogue social que nous entendons bien sûr respecter parfaitement.

La définition de ce cadre, négocié avec les organisations syndicales, a été un moment important pour l'entreprise. La négociation, engagée en janvier par la direction des ressources humaines, a porté sur l'ensemble des domaines : les nécessaires réductions de postes liées à la trajectoire d'économies et, surtout, l'évolution indispensable des métiers et les axes de développement qu'il faut envisager pour l'entreprise. Je n'ai pas souhaité engager le groupe dans une pure spirale de réduction des coûts ; j'ai voulu favoriser les nouvelles méthodes de travail et les projets novateurs pour faire évoluer les structures. L'accord-cadre que nous avons conclu avec 85 % des organisations syndicales vise une véritable gestion prévisionnelle des emplois et des compétences pour accompagner l'évolution des métiers mais aussi chaque salarié dans son évolution personnelle au sein de l'entreprise, afin de sécuriser chacun. Cet accord, vous le savez, prévoit aussi un plan de départs assez important. L'objectif est une réduction de 900 postes, si bien qu'en huit ans les effectifs de France Télévisions auront baissé de quelque 20 % à périmètre quasiment constant. La transformation de l'entreprise a donc été profonde et difficile, il faut le dire.

L'accord-cadre signé avec les syndicats n'est pas un point d'arrivée mais un point de départ. La troisième étape, que nous avons entamée mais qui va se poursuivre, est celle du déploiement des projets. Elle sera encadrée par des négociations continues au long des deux prochaines années. L'enjeu est qu'aucun salarié ne se sente laissé de côté, que chacun se sente accompagné à sa mesure, en fonction de ce qu'il souhaite au sein de l'entreprise.

Bien malin qui peut dire ce que seront dans dix ans le contexte général de la télévision et celui de la télévision publique en particulier ! La vraie modernité pour nous est d'avoir une méthode agile de transformation et de se dire : « *Nous avons des projets à trois ans connus, mais nous devons apprendre collectivement à accompagner ces changements à la fois par le dialogue social et par la compréhension des enjeux qui s'imposent à nous* ». Nous devons aussi être capables d'accueillir de nouvelles générations, dont les méthodes de travail et les attentes à l'égard de l'entreprise sont assez radicalement différentes de celles de leurs aînés. Nous avons évidemment besoin de ces nouveaux talents et nous devons leur offrir un cadre de travail qui leur donne envie de rejoindre l'entreprise France Télévisions. J'ai la conviction, forgée par l'expérience, que seul le dialogue social continu et nourri nous permettra de transformer l'entreprise intelligemment et efficacement.

Ces efforts structurels très importants ne doivent pas nous éloigner de ce qui fait le sens profond de notre métier, de ce qui motive chacun des salariés de l'entreprise : l'ambition éditoriale et artistique de France Télévisions, point commun de tous les salariés – comme de l'ensemble du secteur de la télévision publique. Nous l'avons constaté en septembre dernier quand nous avons lancé *Un si grand soleil*, notre nouveau feuilleton quotidien, produit en interne. Alors que certains avaient pronostiqué que ce serait une catastrophe industrielle, il s'est révélé un sérieux gage de modernité artistique et un succès d'audience ; 3,7 millions de Français sont devenus des *aficionados* de cette création, faisant du même coup progresser de 4,5 % une tranche horaire que je qualifierai, par euphémisme, d'hybride. Au-delà des résultats d'audience, ce feuilleton, entièrement fabriqué en interne, est le résultat de la mobilisation de

toute l'entreprise, qui démontre qu'elle est capable de s'engager sur des programmes d'envergure.

Ces résultats s'ajoutent au succès généralisé de la fiction sur nos antennes, succès qui permet alternativement à France 2 et à France 3 de se positionner en *leader* des soirées. Nous travaillons à sortir du « tout polar » souvent reproché à France Télévisions et à favoriser toujours davantage la diversité artistique des thèmes et des personnages. Néanmoins, c'est un polar qui est à l'origine du record d'audience cette année : je rends un hommage particulier à *Capitaine Marleau* qui a réuni plus de 8,5 millions de téléspectateurs, un nombre colossal. Il s'agit d'une très bonne nouvelle pour nous tous puisque cela marque le retour de la fiction française parmi les plus fortes audiences de la télévision – aussi forte que pour un match de football.

C'est le résultat de la politique industrielle volontariste de soutien à la création que nous avons engagée dès 2016 en faisant passer nos investissements de 390 à 420 millions d'euros par an. Nous maintenons et nous allons maintenir cet effort dans un contexte économiquement moins favorable parce que les ressources publiques baissent, tout comme les aides du Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC), ce qui a un impact direct sur France Télévisions. Cet investissement supplémentaire est un effort pour l'entreprise, mais il est attendu par les citoyens et, plus largement, il contribue au rayonnement de notre industrie audiovisuelle. Cette année, nous avons passé le cap, ensemble, des mille heures de fiction produites en France, mais nous restons encore loin de nos voisins allemands ou anglais qui en sont chacun à 2 000 heures.

Afin de pérenniser cet effort de création, nous nous sommes engagés dans la renégociation de nos accords avec les producteurs, que nous avons réussie grâce au soutien de l'ensemble des organisations professionnelles. Ce nouvel accord nous permet d'augmenter notre part « dépendante » – ce que nous pouvons produire *via* notre propre filiale de production – de manière significative, et aussi, et c'est peut-être le point le plus important, de disposer de droits numériques plus longs, désormais indispensables pour faire de notre plateforme numérique france.tv notre première antenne.

Le cinéma français est aussi au cœur de notre offre, avec un investissement maintenu et un nombre croissant de films financés par France Télévisions. C'est un pilier essentiel de la télévision publique, même si je regrette qu'après neuf ans de discussion continue avec les organisations professionnelles du cinéma nous ne soyons toujours pas parvenus à un accord permettant une présence des œuvres de cinéma sur le numérique.

Sur le plan éditorial, notre grande transformation consiste désormais à faire passer le numérique en premier. Ainsi, france.tv ne sera plus une plateforme d'accompagnement utilisée pour la télévision de rattrapage mais une plateforme de première destination. À cette fin, nous avons complètement réorganisé nos équipes éditoriales, auparavant organisées par chaîne et qui le sont désormais par programme d'une part, antenne de l'autre pour permettre la programmation beaucoup plus agile que nous souhaitons. Dès le mois de septembre, france.tv sera la première porte d'entrée pour une part croissante de nos publics. L'ensemble des programmes de la journée sera mis à disposition dès six heures du matin, ce qui donnera une plus grande liberté à nos téléspectateurs. La plateforme sera continûment adaptée aux standards internationaux, avec des innovations constantes visant à améliorer la qualité de service pour les internautes.

Le numérique n'est pas qu'une question d'usage, c'est aussi un terrain d'innovation éditoriale et de création. Nous en avons eu la preuve avec le succès considérable rencontré auprès des adolescents et des jeunes femmes âgées de 15 à 25 ans par *Skam France*, série issue de la télévision norvégienne. Le numérique nous permet de proposer des formats innovants qui ne conviendraient pas à tout notre public mais qui touchent fortement les jeunes. C'est pourquoi nous avons décidé d'allouer à la fois des budgets, des moyens, des hommes et des femmes à ces nouveaux projets de fictions, de documentaires et de flux sur le numérique pour parler à des cibles particulières de notre public. C'est, d'une certaine manière, le premier lien avec notre jeunesse. L'âge moyen des spectateurs de notre offre france.tv est de dix ans inférieure à celle de la télévision linéaire ; ces nouveaux moyens d'accès nous permettent de rajeunir nos audiences et de créer un lien privilégié avec les jeunes générations. Nous en ferons la démonstration avec le lancement d'Okoo, nouvelle plateforme pour les enfants, et avec le lancement, d'ici la fin de l'année, de la nouvelle plateforme éducative commune à tout l'audiovisuel public, initiative que nous menons en parfaite collaboration avec l'INA. Cette offre éducative sera mise à la disposition, gratuitement, des élèves, des enseignants et des associations qui s'occupent d'enseignement, pour accompagner les parcours scolaire. Parce que l'enjeu est emblématique, nous avons revu les moyens financiers et humains nécessaires à la réalisation de ce projet ; je sais, monsieur le président, que vous y êtes très sensible.

Le numérique nous donne aussi les moyens d'une nouvelle visibilité et d'une nouvelle audace éditoriale en matière d'offre culturelle. J'en veux pour preuve le succès de *Culture Prime*, réseau social culturel bâti avec l'ensemble de nos amis de l'audiovisuel public qui donne une nouvelle vie à des contenus culturels et un accès à des publics qui, peut-être, ne regarderaient pas les émissions culturelles à la télévision. L'évolution de *CultureBox* et sa diversité éditoriale témoignent également de notre capacité à prendre des risques. Cela ne signifie pas, bien sûr, que nous avons déserté les territoires culturels traditionnels sur les antennes linéaires. Au contraire, nous avons relancé *Le Grand Échiquier* et commencé à développer de nouvelles cases de spectacle vivant en première partie de soirée ; cela atteste notre envie de renforcer la programmation culturelle sur toutes les antennes de France Télévisions. L'alliance entre le linéaire et le non-linéaire pour la retransmission de grands événements culturels peut nous permettre de toucher de nouveaux publics.

L'entreprise France Télévisions et l'ensemble de ses salariés sont prêts à engager la transformation de son modèle, de son offre et de ses activités. Vice-présidente de l'Union des télévisions publiques européennes, je constate tous les jours que nos préoccupations sont partagées partout en Europe, avec la même acuité. Nous ressentons les mêmes difficultés, et nous sommes tous animés par le désir de préserver notre exception culturelle et celle de l'Europe face aux géants mondiaux, américains aujourd'hui, asiatiques demain peut-être. Le projet de loi audiovisuelle dont vous débattrez dans quelques mois sera l'occasion de traiter d'enjeux décisifs pour la souveraineté culturelle, notamment pour réguler cette concurrence désormais mondiale. Ce texte est très attendu par tout le secteur audiovisuel et singulièrement par France Télévisions. Il sera indispensable pour favoriser l'exception culturelle. Je suis convaincue qu'allier une régulation renouvelée et la mutation profonde de nos entreprises nous donnera l'opportunité exceptionnelle de forger un nouveau modèle, celui d'une télévision publique française dynamique, énergique et pleinement engagée dans le défi numérique. C'est le projet immense et passionnant que nos concitoyens attendent et nous pouvons être à la hauteur.

M. le président Bruno Studer. Je vous remercie. La parole est maintenant aux commissaires.

M. Raphaël Gérard. En juin 2018, vous annoncez abruptement, madame la présidente, la disparition de France Ô, la chaîne historiquement consacrée aux outre-mer. Cette annonce avait suscité incompréhension et inquiétude chez les Ultramarins, ce que l'on peut comprendre. Je salue donc la manière remarquable dont vos équipes se sont attachées à assurer une meilleure visibilité des outre-mer sur les chaînes généralistes de l'audiovisuel public – on parlait de loin. J'ai suivi ce travail attentivement et je considère la signature du pacte pour la visibilité des outre-mer, le 11 juillet dernier, comme une étape importante. Regarder France Télévisions régulièrement permet de se rendre compte des efforts faits ; un sujet diffusé aujourd'hui par Télématin correspond exactement à ce que l'on attend de l'audiovisuel public, auquel on demande de montrer la diversité ultramarine. Je m'inquiète néanmoins de la capacité des rédactions de France Télévisions à s'approprier des sujets ultramarins pour développer « le réflexe de l'outre-mer » que nous appelons de nos vœux. Ainsi, il y a quelques jours, au moment de la signature des plans de convergence, un sujet diffusé sur France 3 était, de mon point de vue, anachronique et démontrait l'incompréhension du sujet par l'équipe qui en traitait. Vous avez la chance d'avoir, dans les équipes de France Ô, des journalistes spécialisés dans chacun des sujets ultramarins ; comment envisagez-vous d'intégrer ces équipes dans les équipes de France Télévisions et comment comptez-vous vous appuyer sur elles pour faire monter en compétence les rédactions nationales ?

Mme Constance Le Grip. Le transfert de Soir 3 sur Franceinfo suscite, vous le savez, une très forte préoccupation relayée par de très nombreuses pétitions et prises de position de syndicats. À l'initiative de nos collègues Aurélien Pradié et Frédérique Dumas, quatre-vingts députés vous ont écrit à ce sujet, ainsi qu'au Premier ministre et au ministre de la Culture. Je viens de prendre connaissance de la réponse qui leur a été apportée très récemment par le directeur délégué à l'information, mais je tiens à rappeler tout l'intérêt que porte le groupe Les Républicains à ce journal d'information territorial destiné à un large public.

D'autre part, il semble que depuis le 1^{er} janvier 2019, France Télévisions exploite sans autorisation les œuvres relevant du répertoire de la Société des auteurs et compositeurs dramatiques (SACD) et qu'après la dénonciation de l'accord qui liait la SACD et France Télévisions, les négociations aient tout juste commencé, ou ne soient en tout cas pas très avancées ; France Télévisions accorde-t-elle vraiment aux auteurs toute la place qu'ils méritent et qu'ils souhaitent avoir, notamment dans les discussions professionnelles sur l'engagement du service public en faveur de la création et tout particulièrement de l'animation ?

Enfin, le 16 juillet dernier, au siège du Parlement européen, à Strasbourg, a eu lieu un événement de première importance : l'investiture de Mme Ursula von der Leyen à la tête de la Commission européenne. Ce même jour, le Journal de 20 heures de France 2 a expédié cet événement marquant en quelques secondes mais traité pendant plus de douze minutes de la démission du ministre François de Rugy. La place de l'information européenne et le traitement des questions européennes dans les journaux de télévision méritent notre attention.

Mme Géraldine Bannier. Le Conseil consultatif des programmes de France Télévisions indique dans son dernier rapport qu'« *au premier chef des divertissements, les séries ont été majoritairement citées par les conseillers pour leur capacité à tenir en haleine le téléspectateur grâce à des trames narratives riches et leur capacité à créer de la proximité et de l'attachement envers des personnages et des univers* ». Le Conseil en tire la conclusion que « *la force d'une série réside aussi dans sa capacité à transporter le téléspectateur dans un univers insolite, une atmosphère singulière* », et il encourage France Télévisions « *à innover et renouveler davantage son offre de divertissement* » et ses propositions culturelles afin de toucher un plus large public, tout en continuant à faire la promotion des cultures. Les séries

portant sur des thèmes atypiques rencontrent un réel succès et permettent de promouvoir des professions et des domaines d'activité peu connus du grand public. Pourquoi pas, alors, des séries sur l'agriculture et la ruralité ? Ce serait peut-être un vecteur intéressant de promotion de la vie du monde rural et agricole et surtout des valeurs fortes de solidarité, d'intérêt aux autres et de bénévolat qu'il porte et qui sont souvent méconnues. Que pensez-vous de cette proposition que m'a soufflée un de mes stagiaires, parisien ?

Mme Michèle Victory. J'aimerais, comme mon collègue Raphaël Gérard, en savoir davantage sur les initiatives prises par France Télévisions pour favoriser la visibilité des outre-mer et comment vos interlocuteurs les ont accueillies. Comment fonctionnera l'unité de programme outre-mer transverse et avec quel personnel ? Quelles actions précises menez-vous pour muscler « le réflexe outre-mer » ? Surtout, comment comptez-vous mêler les richesses de tous nos territoires ? Il est de la responsabilité du service public de l'audiovisuel que les auditeurs et les téléspectateurs métropolitains ouvrent plus grands leurs yeux et leurs oreilles sur ces territoires lointains et que ce lien de connaissances mutuelles soit nourri pour créer plus d'intérêt et une nouvelle proximité qui participera d'une vision plus riche et ambitieuse de toute notre société.

Mme Béatrice Descamps. Je me fais l'écho de mes collègues d'outre-mer qui se félicitent de la récente signature du pacte pour la visibilité des outre-mer, mais j'ai quelques questions à vous poser à ce sujet. L'engagement n° 12 préserve le budget de 10 millions d'euros consacré à la production outre-mer ; s'agit-il bien de 10 millions supplémentaires ou est-ce simplement l'intégration de fonds déjà utilisés par d'autres chaînes du groupe ? Par exemple, la série *Capitaine Marleau* est actuellement cofinancée par France 3 et un tournage est prévu en Guadeloupe ; qu'en sera-t-il ? Disposez-vous du budget global consacré aujourd'hui à l'outre-mer et de celui qui lui sera consacré demain ? L'engagement n° 5 prévoit la mise en place d'une équipe de coordination outre-mer, et l'axe 3 mentionne un « pôle outre-mer ». De quels éléments disposez-vous sur sa composition et sur les conditions de nomination de ses membres ? Enfin, le pacte fixe des objectifs de diffusion de programmes dédiés à l'outre-mer : pouvez-vous préciser quels sont les objectifs chiffrés de diffusion ?

Mme Elsa Faucillon. Je reviens sur le cas de Soir 3, qui permet d'aborder de nombreuses questions touchant aux modifications d'usage mais aussi aux choix à opérer pour le service public. J'ai lu très attentivement la réponse de M. Letranchant ; il donne des éléments précis et explique en particulier que si vous investissez dans une chaîne d'information en continu, ce n'est pas pour rivaliser *stricto sensu* avec les autres chaînes de ce type. Mais comment pondérez-vous l'exception culturelle, l'audit et la responsabilité que vous confèrent vos missions de service public dans un monde où, ce n'est pas faire offense aux journalistes de le dire, il y a un problème avec l'information ? Quand on passe trois jours à gloser sur un tweet, quelque chose ne va pas dans notre démocratie. Les médias n'en sont pas les seuls responsables mais ils ont une part de responsabilité dans cette situation. Mon inquiétude, c'est qu'une chaîne d'information continue doit faire de l'audience. Lors du mouvement des Gilets jaunes, je n'ai pas vu grande différence entre Franceinfo et d'autres chaînes d'information continue : à un moment, Franceinfo a, pendant quatre heures, relayé les images de trois personnes sur les Champs-Élysées alors même que la manifestation annoncée n'était pas commencée... En revanche, je vois la spécificité de Soir 3 en termes de savoir-faire des équipes dans des métiers qui, à mon sens, ne sont pas terminés. Au contraire, ces métiers permettent de penser des transitions, qui supposent un accompagnement. Sa spécificité tient aussi au lien entre l'ancrage territorial et le national. En coupant ce lien, vous supprimez ce qui fait la spécificité de France 3 et son succès, car l'audience existe ; si elle a un peu périclité, c'est aussi dû aux changements incessants de l'horaire de diffusion de Soir 3.

Mme Frédérique Dumas. Je citerai, madame la présidente, certains de vos propos lors de votre précédente audition par notre commission : *« S’agissant de France 4, la chaîne dédiée au jeune public, je vous l’ai dit, nous serons les premiers à basculer au numérique ; nous allons dans le sens de l’histoire. Si, en France, les enfants regardent encore la télévision traditionnelle, dans d’autres pays où les GAFAN sont bien plus présents, ils ont complètement basculé sur le numérique [...]. À quel moment allons-nous basculer ? Le Gouvernement a décidé de l’arrêt de France 4 et de France Ô en 2020, ce qui nous laisse du temps pour dessiner cette nouvelle offre numérique, qui ne part pas de rien, puisque nous avons déjà des plateformes que nous allons redéfinir. »*

Un jour, certes, il n’y aura plus que le numérique, mais le *timing* est très important, et les autres pays n’ont pas basculé leur offre pour enfants sur le tout numérique. Pour ce qui est de la BBC, on fait une confusion systématique entre la chaîne « jeunes adultes » et la chaîne « enfants » ; de plus, les audiences se sont évidemment écroulées au moment du basculement. Alors, répondez-vous favorablement à ce qu’ont demandé de nombreux auteurs et producteurs – attendre la couverture numérique totale du territoire en haut débit pour ne pas fragiliser l’égalité territoriale, et ensuite attendre d’avoir un service performant puisque les offres Netflix, Disney et autres arrivent avec des moyens considérables, au moment où, de plus, M6 rachète une chaîne hertzienne pour enfants ?

De même, vous ne pouvez nous dire que l’audience de Soir 3, assez significative puisqu’elle oscille entre 600 000 et 1,5 million de spectateurs, ne va pas chuter considérablement en passant sur Franceinfo. Je partage le point de vue de ma collègue Elsa Faucillon sur ce que représente cette offre en matière de proximité, alors que vous nous parlez de « complémentarité » et d’« identité » des chaînes – tout en supprimant France 4 et France Ô, d’ailleurs.

Enfin, l’Autorité de la concurrence met à mal le projet Salto de plateforme française de vidéo à la demande par abonnement voulue par France Télévisions, TF1 et M6, en demandant que 40 % de l’offre proposée ne puisse provenir des trois groupes cités. Vous devrez donc acheter des contenus ; avec un budget de 50 millions d’euros sur trois ans, cela n’a rien d’évident. Les flux des chaînes TNT, en direct ou en *replay*, devront aussi être rémunérés, et vous devrez limiter vos exclusivités. Tout ce qui faisait la force d’une plateforme n’est donc plus. Et puisque vous m’avez citée, car c’est moi qui, dans mon rapport, avais parlé de risque de catastrophe industrielle, je continue de penser qu’à l’heure d’économies importantes, renforcer la production interne, qui coûte 30 % plus cher, est un choix complètement disproportionné à l’audience.

Mme Céline Muschotti. Le CSA a déploré l’année dernière la trop faible mise en valeur des émissions culturelles et des retransmissions d’événements culturels sur les antennes du groupe France Télévisions ; les conditions de programmation et de captation de spectacles vivants n’avaient pas connu d’amélioration notable, les diffusions ayant lieu en dehors des heures de grande écoute. Les événements culturels n’avaient été abordés que dans le cadre des programmations régulières des antennes, ne favorisant pas la rencontre du grand public avec la culture. Alors que l’attente des Français est particulièrement forte en matière d’offre culturelle, comment comptez-vous atteindre l’objectif que vous vous êtes assigné en 2019 – dix programmations, sinon davantage ?

Mme Delphine Ernotte. Vous m’avez interrogée, monsieur le président, sur les conséquences de l’arrêt de France 4 – arrêt qui, je le rappelle, est une décision du Gouvernement. Effectivement, on sait qu’en supprimant des antennes linéaires on ne peut

retrouver sur le reste des antennes la totalité de l'audience que l'on avait auparavant. Cela est vrai pour le cinéma et pour d'autres genres. Aujourd'hui, France 4 contribue à hauteur de 3,5 % de son chiffre d'affaires à la création cinématographique presque uniquement en achat de droits. Notre mission première, au sujet du cinéma, est d'exposer à la fois la création française – et plus de 50 % des films que nous exposons sont des films français – et des films inédits, notamment ceux que nous contribuons à faire exister en les coproduisant par le biais de nos filiales cinéma. Un tiers des films que nous diffusons à l'antenne sont des inédits, et nous pourrions continuer à le faire, d'une certaine manière, sur les antennes qui exposent le plus le cinéma aujourd'hui, c'est-à-dire France 2, France 3 et même France 5. Donc, oui, l'offre de cinéma *stricto sensu*, tout confondu, peut baisser, mais surtout pour ce qui concerne les achats de films étrangers. L'impact sera beaucoup moins fort pour le cinéma français, celui que nous soutenons et que nous nous engageons à soutenir. Mais je ne peux nier que la suppression de deux chaînes linéaires réduira un peu la voilure de ce que nous mettons à l'antenne, quels que soient les genres considérés.

Vous avez raison : si l'on se contentait de poursuivre la mesure de l'audience actuelle, on méconnaîtrait l'évolution à l'œuvre, par exemple le fait que, de plus en plus, le samedi soir, les gens arbitrent entre la télévision et Netflix. Je souligne à ce sujet qu'il n'y a pas de jours interdits pour Netflix, qui peut diffuser des films tous les jours, samedi soir compris, ce que nous n'avons pas le droit de faire. Donc, oui, la mesure d'audience doit bouger. Bien sûr, nous n'allons pas l'abandonner, car elle est importante pour tout le secteur, notamment pour nos concurrents privés puisque c'est l'un des indicateurs qui permettent de mesurer la publicité, mais nous allons lui adjoindre celle de la couverture hebdomadaire, qui rend mieux compte de notre utilité auprès de nos publics et de nos concitoyens.

Monsieur Gérard, vous m'avez interrogée sur un sujet que vous connaissez par cœur et dont nous avons beaucoup discuté ensemble. Notre projet de transformation concerne tout le groupe France Télévisions ; le groupe rassemble plusieurs entités qui mettent un certain temps avant de se mélanger, ce qui se traduit par la manière dont vous avez posé la question : elle reflète les interrogations des salariés de France Ô et de Malakoff, qui me demandent s'ils seront intégrés à France Télévisions et auxquels je réponds qu'ils le sont déjà. Notre raisonnement n'est pas qu'il y a l'outre-mer d'un côté et le reste de la maison de l'autre côté ; c'est cela qu'il va falloir faire entrer dans la réalité.

Je vous donnerai un exemple qui, pour être symbolique n'en a pas moins beaucoup frappé les esprits : quand, après la crise des Gilets jaunes, on a entendu des critiques à l'encontre des médias, le premier réflexe du directeur de l'information de France Télévisions a été de réunir à Strasbourg tous les gens qui concourent à l'information dans cette maison, y compris les rédactions des stations ultramarines, radios et télévisions, pour analyser ensemble ce qu'est une information de service public, ce qui nous distingue en cette matière d'une chaîne privée, comment faire mieux, comment faire face à la défiance qui s'exprime, etc. C'était la première fois qu'étaient réunies sur un pied d'égalité, autour d'une même table, des délégations de toutes les rédactions. Un autre exemple me vient à l'esprit : Émilie Tran Nguyen, qui présente le 12-13 sur France 3, doit quitter l'antenne pendant quelque temps, et nous avons fait appel pour la remplacer pendant six mois à une collègue présentatrice en Martinique. On se mélange donc, et la fraternité qui s'instaure entre toutes les équipes est à mon avis l'élément le plus important pour réussir la transformation. Il est vrai que, sur certains sujets, chacun doit encore progresser ; les choses sont parfois complexes et il se pourra bien sûr que nous fassions des erreurs, mais la direction que nous avons décidé de prendre est clairement établie dans le pacte et, vous l'avez observé, elle se constate déjà. Ce n'est pas parfait parce que ce chantier nous

demandera toujours de l'attention, mais la volonté et la sincérité de notre démarche sont certaines et s'incarnent déjà.

Soir 3, édition historique, est un sujet sensible, madame Le Grip, car on touche à un symbole. La régularité de l'audience pâtit effectivement des horaires fluctuants, mais l'on ne peut faire comme s'il n'y avait pas une nouvelle manière de regarder les informations, sur les chaînes d'information en continu, en dehors des grand-messes que sont le 12/13 et le 19/20. Il nous a donc semblé pertinent de construire, à partir du savoir-faire des équipes de Soir 3, un rendez-vous d'information musclé sur Franceinfo, parce que c'est le sens de l'évolution : de plus en plus, les gens ont le réflexe d'allumer une chaîne d'information à n'importe quelle heure du jour ou de la nuit. Nous devons pouvoir faire une proposition beaucoup plus construite et beaucoup plus forte, et profiter du savoir-faire des équipes de Soir 3, de leur ouverture vers les régions et de leur ouverture vers l'Europe pour renforcer Franceinfo. Franceinfo a un pendant numérique au succès énorme. Quand on construit une offre pour la soirée, c'est bien sûr pour qu'elle soit regardée en direct mais aussi pour en tirer des sujets qui seront regardés sur le numérique, que l'on renforce de la sorte. Par ailleurs, il est exact qu'il y a une attente d'information de proximité, mais Franceinfo a été, dès son lancement, très en lien avec tous les territoires, métropolitains et ultramarins : on y a immédiatement trouvé, plusieurs fois par jour, des journaux ultramarins. C'est dans l'esprit de Franceinfo depuis le départ. D'autre part, pour répondre à l'attente exprimée par nos concitoyens, nous allons dès septembre élargir les tranches d'informations régionales, construites par les régions, sans donc toucher vraiment aux tranches d'information nationale sur France 3 ; je réponds ainsi à Mme Faucillon.

Madame Le Grip, la place des auteurs est essentielle pour nous. Nous avons d'ailleurs signé avec les producteurs des chartes de développement visant à ce que les auteurs soient beaucoup plus présents au démarrage du projet et que soit reconnue la place centrale qu'ils occupent dans le processus de création. Quant au contrat liant la SACD et France Télévisions, il a été dénoncé à l'initiative de la SACD ; nous ne sommes pas à l'origine de cette discussion. Au départ, nous avons un accord global concernant à la fois la SACD et la Société civile des auteurs multimédia (SCAM), ce qui complique les discussions. La SACD ayant mis fin à l'accord sans discussion préalable, nous avons tout de suite engagé des négociations avec elle et dans le même temps avec la SCAM, pour essayer de les disjoindre. Les choses sont malaisées, mais nous ne sommes pas à l'initiative de cette situation. Nous avons mis le nez dans ces contrats que nous n'avons pas spécifiquement prévu de dénoncer, et nous essayons de faire le travail le mieux possible, dans le respect du rôle des auteurs et de France Télévisions. Dans le même temps, nous continuons, par une sorte de dérogation, les versements aux sociétés d'auteurs. Ce n'est pas nous qui avons dénoncé le contrat et nous continuons les paiements ; que faudrait-il faire de mieux ?

J'ai vu moi-même ce que vous avez vu le 16 juillet dernier. Je ne voudrais pas que l'on réduise la question de la place de l'Europe dans toutes nos éditions et la manière dont nous avons traité les élections européennes sur nos antennes, au traitement d'un seul sujet, un seul jour. On peut critiquer tous les conducteurs, mais vous savez que l'indépendance de l'information commande que la rédaction soit libre de ses conducteurs, et c'est une très bonne chose. Le sujet d'Ursula von der Leyden a été traité longuement le lendemain, et il avait été traité auparavant également : plusieurs sujets du journal de 20 heures avaient abordé les élections européennes – élections que nous avons couvertes très largement, touchant 17 millions de téléspectateurs. Nous sommes les seuls, je crois, à avoir diffusé le débat des têtes de liste pour la présidence de la Commission européenne. Voilà le tableau d'ensemble. Ensuite, on peut avoir un avis sur tel journal ou tel autre, mais je ne voudrais pas que l'on fasse un symbole d'un petit sujet, obérant la place réelle de l'Europe dans nos éditions de manière

générale et plus largement dans nos programmes, puisque cela concerne aussi les émissions politiques.

Madame Bannier, vous m'avez interrogée sur la fiction et la diversification des genres. L'agriculture est un très bon sujet, vous avez raison. Sachez qu'au cours d'un débat, j'avais été interpellée sur ce thème par le jeune président d'une association d'agriculteurs ; je l'avais mis en relation avec la directrice de la fiction de France Télévisions, qui lui a dit que s'il lui apportait un projet développé, elle l'accompagnerait. Il nous faut des scénarios, des projets concrets, et la création prend du temps, ce n'est pas un processus instantané. Dans le même esprit, nous nous étions dit qu'il nous fallait mettre un peu plus à l'honneur les héros du quotidien qui ne se sentent pas toujours reconnus, dont les professeurs. Nous avons donc demandé aux producteurs de nous proposer des séries sur le monde de l'enseignement, et plusieurs sont en développement, qui vont arriver sur nos antennes. Nous pourrions aussi parler des éducateurs, par exemple, et de tant d'autres professions auxquelles nous ne marquons peut-être pas suffisamment notre reconnaissance. Cela peut susciter des vocations : une série qui met l'enseignement à l'honneur peut donner envie à des jeunes gens de devenir professeur !

Mme Victory et Mme Descamps s'interrogent sur l'application du pacte pour la visibilité des outre-mer et le fonctionnement de l'unité de programme transverse ; nous avons des experts au sein de cette maison, et les équipes de Malakoff connaissent très bien les outre-mer. Et non, madame Descamps, l'épisode de *Capitaine Marleau* tourné aux Antilles ne compte pas dans les 10 millions d'euros. Nous avons lancé des productions ultramarines spécifiques, des fictions en Martinique, à La Réunion et en Nouvelle-Calédonie, qui font partie de cette enveloppe sanctuarisée ; ce n'est pas en plus, c'est une enveloppe globale garantie, comme le sont les 420 millions d'euros pour la création en général.

Madame Faucillon, je pense vous avoir répondu au sujet de Soir 3. Vous avez dit ne pas voir de différence entre Franceinfo et les autres chaînes d'informations. Si l'on en croit le baromètre de confiance, il y en a pourtant une. Il a été réalisé juste après la crise des Gilets jaunes, et nous avons pensé que la confiance baisserait pour toutes les chaînes ; or, pour ce qui nous concerne, elle a baissé pour certains sujets, mais dans des proportions contenues alors que d'autres chaînes d'information ont perdu jusqu'à quinze points de confiance. Ces statistiques disent que les gens ont vu une différence, en tout cas entre Franceinfo et certaines autres chaînes d'information que je ne citerai pas, dans le traitement de ces événements ; je l'expliquerais par la « non-hystérisation » des informations. Nous avons eu pour politique délibérée d'être au plus juste de ce qui se passait, sans faire de spectacle. Cela nous a coûté des points d'audience, ce que nous assumons parce que nous voulons faire de l'information de service public et nous en sommes fiers. D'ailleurs, si le CSA, qui nous a réunis après la crise pour revenir sur la manière dont nous avons traité l'information, n'a pas donné de *satisfecit*, il a noté que ce traitement avait été différent sur Franceinfo.

Vous voulez savoir, madame Dumas, si j'accepterais de reporter la suppression de France 4. Mais cette décision n'est pas de mon ressort, elle revient au Gouvernement, et l'arbitrage, l'année dernière, du Premier ministre et de la ministre de la Culture, était clair : arrêt en 2020. Si le Gouvernement décide de se donner un délai supplémentaire, nous l'appliquerons, comme les autres missions que l'État fixe à France Télévisions et que je ne définis pas davantage. Ce que j'en pense, me demandez-vous ? Nous avons mesuré quels enfants nous regardent uniquement sur France 4 et nous sommes rendu compte que la suppression de France 4 toucherait 4 % des enfants, dans les centres-villes plus que dans des zones rurales où l'accès à internet est impossible. Il ressort d'autre part de la mesure du taux de couverture que quelque 65 % des enfants nous regardent régulièrement et qu'en arrêtant la

diffusion de France 4, on passerait à 50 %. Tout l'enjeu est donc d'aller chercher les 15 % d'enfants qui regardent exclusivement la chaîne linéaire France 4 pour les amener à Okoo ; nous considérons que ce n'est pas impossible parce que l'offre Okoo sera extrêmement riche. Notre négociation avec nos partenaires producteurs nous donne la possibilité d'exposer longuement plus d'une centaine de héros et plus de 5 000 titres, si bien que notre offre gratuite ludique et ludo-éducative sera très fournie. Enfin, les programmes pour enfants ne sont pas uniquement sur France 4 et nous renforcerons encore l'exposition de programmes pour enfants là où ils sont déjà très exposés – sur France 3 et sur France 5 ; nous avons notamment prévu une nouvelle case en sortie d'école sur France 5. L'enjeu est bien sûr de ne pas laisser des enfants au bord de la route, mais nous le prenons en considération en renforçant notre offre linéaire et en mettant le paquet sur une offre gratuite numérique à la hauteur des attentes des enfants et des parents.

S'agissant de Salto, la procédure est longue et, pendant ce temps, Netflix a gagné deux millions de clients. Nous espérons un dénouement heureux. Depuis quelques semaines, les choses avancent plus vite. Le CSA a inscrit à l'ordre du jour de son assemblée plénière, la semaine dernière, l'examen de son avis sur le projet de création de l'entreprise commune Salto, pour transmission à l'Autorité de la concurrence, laquelle devrait normalement conclure avant la fin de l'été. Les discussions avec l'Autorité se font de bonne foi, et les trois parties – France Télévisions, TF1 et M6 – sont d'accord : si nous en venions à considérer que le modèle économique de Salto n'est plus viable, nous le dirions.

Je ne vous visais pas, Madame Dumas, en rappelant que l'on avait parlé de « catastrophe industrielle » au sujet des productions internes – je ne me rappelais pas qui avait utilisé cette expression et je vous demande pardon. Mais, après tout, *Un si grand soleil* aurait pu être une catastrophe industrielle et nous sommes tous heureux que ce ne soit vraiment pas le cas. Je rectifierai seulement un point : il est prouvé que ce programme coûte moins cher que ce que fait le secteur privé. C'est notre fierté d'avoir réussi à produire de manière industrielle, avec des procédés innovants, une fiction dont la qualité est perceptible à l'antenne, en dépensant moins que ce que font nos concurrents.

J'ai été interrogée sur la place de la culture sur nos antennes. Il y a pour commencer un problème de vocabulaire, car quand on demande au public : « Pour vous, qu'est-ce que la culture ? », la cuisine arrive en deuxième position. Je ne pense pas que c'était exactement le sujet de l'interpellation de Mme Muschotti, mais c'est que cette question est interprétée comme « Qu'est-ce que j'apprends ? », qu'il s'agisse de science ou de cuisine. Nous devons toujours concilier diffusion au plus grand nombre et exigence. Nous diffusons, en *prime time*, *Le Grand Échiquier* quatre fois par an dans une version modernisée ; *Le Grand Concours des chorales*, une innovation que vous allez voir arriver sur vos antennes ; *Les Molières*, qui seront en première partie de soirée l'année prochaine ; *Prodiges*, un *talent show* pour les jeunes gens associant la musique classique, le chant et la danse ; le concert du 14 juillet qui est encore très suivi ; *Fauteuils d'orchestre* ; *Cultissime* ; *La Grande Librairie*... sans parler de la nouvelle case sur France 2 en deuxième partie de soirée à la rentrée. Et cet été, dix premières parties de soirée, sur France 5 et sur France 2, sont entièrement consacrées à la retransmission d'un spectacle vivant : *Avignon architecture*, les Chorégies d'Orange... Vous le voyez, nous avons le souci d'exposer, non pas la nuit mais en première partie de soirée, de grands moments de culture.

D'autre part, la culture fait aussi partie de notre offre numérique : je vous ai parlé de *Culture Prime*, et CultureBox est désormais intégrée dans france.tv, après avoir été une offre à part. Je rappelle que sur CultureBox sont diffusés en direct plus de 500 concerts par an ; c'est

d'une richesse inouïe, et 21 millions de vidéos sont vues chaque mois, ce qui est assez considérable. Nous allons aussi fabriquer des programmes spécifiquement pour le numérique : ainsi, l'adaptation des *Particules élémentaires* de Michel Houellebecq arrivera dans quelque temps sur france.tv.

Enfin, je souhaite expliciter mon propos, peut-être insuffisamment clair, au sujet des outre-mer, en précisant que les 10 millions d'euros ne comprennent pas les fictions de premières parties de soirée de France 2 et de France 3 tournées outre-mer. C'est ce que j'ai dit de manière elliptique en indiquant que l'épisode de *Capitaine Marleau* tourné outre-mer n'entre pas dans ce budget.

Mme Aurore Bergé. L'enjeu de la réforme engagée depuis bientôt deux ans est une bataille pour les contenus, l'information et la création. Le soutien à la création est l'une des missions fondamentales de service public assurées par France Télévisions et l'une des singularités qui font du groupe un service public ; comment, dans vos choix d'investissement, gardez-vous la pluralité et la diversité de la création ? D'autre part, nous engagerons dans quelques mois une réforme importante de l'audiovisuel qui concernera le service public et, plus généralement, la transformation des relations entre les éditeurs, les producteurs et les auteurs. Quelles mesures vous paraissent devoir être prises en priorité ? Qu'est-ce qui continue d'entraver l'innovation et notre capacité à être assez solidement armés face aux nouveaux entrants ? Comment pouvons-nous adapter au mieux notre législation pour renforcer la puissance de nos médias ?

Mme Virginie Duby-Muller. Comment comptez-vous permettre une meilleure exposition numérique des œuvres financées par France Télévisions et adapter les modes d'exposition à l'évolution des usages ? La durée de l'exploitation numérique gratuite des séries a été élargie et des dispositions spécifiques ont été négociées pour renforcer la capacité d'exposition numérique des œuvres d'animation ; pourriez-vous nous en dire plus ? D'autre part, en dépit du succès que représente la signature de l'accord relatif à la nouvelle chronologie des médias, l'objectif de proposer les longs métrages financés par France Télévisions en télévision de rattrapage, pour accompagner l'évolution des usages et renforcer la valeur de l'investissement de France Télévisions, n'est toujours pas atteint en juin 2019 ; quelles sont les raisons de ce retard ? Pouvez-vous nous en dire plus aussi sur les projets de la nouvelle direction de la fiction numérique ? Pour ce qui est enfin de la série *Un si grand soleil*, je salue le fait que vous mettiez en valeur des villes de province, telle Montpellier, ce qui contribue au rayonnement de la région considérée. Je sais que vous souhaitez conquérir également les plus jeunes parce qu'aujourd'hui, la moyenne d'âge des spectateurs de cette série est de 62 ans ; quelle est votre stratégie pour rajeunir le public de cette tranche horaire ?

M. Philippe Berta. J'ai relevé dans le dernier rapport du Conseil consultatif des programmes de France Télévisions que les conseillers attendent une télévision plus citoyenne, toujours plus investie dans le réel, reflétant les enjeux sociaux et sociétaux et faisant davantage écho aux nouveaux engagements, environnementaux notamment. J'approuve ce point de vue sans réserve. Nous vivons une période de transformations profondes et rapides ; le changement de paradigme et les nouveaux enjeux doivent être mis en lumière de manière sérieuse ou ludique. Nous vivons également une période de foisonnement d'initiatives et de projets portés par de belles personnes qui impulsent une dynamique positive sur le territoire, et cette diversité d'acteurs peine encore à trouver son espace médiatique national. France Télévisions propose quelques programmes en ce sens – ainsi de la rubrique « Bien à vous » du Journal de 13 heures de France 2, réalisé en partenariat avec We demain, consacrée aux initiatives bienveillantes et constructives. Nous gagnerions, collectivement, à renforcer la mise en valeur de ces exemples

sources d'inspiration. Quels sont vos projets en faveur d'une télévision plus citoyenne et plus tournée vers les nouvelles formes d'engagement ?

Mme Fabienne Colboc. Quelles conclusions avez-vous tiré de l'expérimentation de rapprochement de France 3 et de France Bleu ? D'autre part, comment le public perçoit-il vos rubriques visant à lutter contre les fausses informations – *L'Œil du 20 heures* et *Faux et usage de faux* – sur France 2 ?

M. Régis Juanico. Que France Télévisions ait obtenu l'exclusivité des droits de diffusion en clair des Jeux Olympiques d'été 2024 est une très bonne nouvelle. Pouvez-vous confirmer que cela concerne aussi les Jeux Paralympiques qui auront lieu quelques semaines plus tard ? Avec mon collègue Stéphane Testé et l'ensemble des membres du groupe de travail sur les Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris en 2024, nous insistons beaucoup sur le fait que ce dont il s'agit n'est pas simplement la compétition de l'été 2024 mais aussi la capacité de construire un événement sportif sociétal. Avez-vous imaginé avec le comité d'organisation des Jeux olympiques un partenariat qui pourrait consister à valoriser, tous les jours ou chaque semaine, sous un format de deux ou trois minutes, ce qui se fait de mieux en termes d'innovations dans le domaine sportif partout en France, ou encore les quelque 3,3 millions de bénévoles répartis dans un million de clubs sportifs dans nos territoires ?

Je reviens d'autre part sur la couverture des élections européennes. Je me dois de signaler à ce sujet que nous avons dû manifester devant le siège social de France Télévisions, ceints de notre écharpe tricolore, et saisir le tribunal administratif pour que plusieurs candidats, dont Benoît Hamon, puissent participer au débat que vous avez organisé en mai dernier. Il est regrettable que l'on en soit arrivé là.

Mme Cécile Rilhac. Ma collègue Fanette Charvier et moi-même nous réjouissons que France Télévisions ait obtenu les droits de diffusion des Jeux Olympiques de 2024. Quel dispositif avez-vous prévu d'ici cette date pour faire grandir l'appétence de la population pour cet événement ? Il est question de la création d'une chaîne numérique axée sur les Jeux Olympiques : pourriez-vous nous en parler ? Y avez-vous travaillé avec le Comité d'organisation des Jeux Olympiques ?

Mme Emmanuelle Anthoine. Ma question porte sur le rapprochement entre France 3 et France Bleu. Les expérimentations de matinales communes menées à Nice et à Toulouse sont un véritable succès. Elles permettent un partage des coûts, et de meilleures audiences sur France 3 ; les synergies vertueuses révélées méritent d'être développées. Au-delà des matinales communes qu'il conviendrait de généraliser, ne faudrait-il pas envisager d'autres pistes de rapprochement entre ces deux chaînes ?

M. Stéphane Testé. Dans un contexte caractérisé par une compétition toujours plus rude entre chaînes pour capter les exclusivités et par une structuration de l'offre des images à un niveau toujours plus international, les prix des droits de retransmission télévisée des événements sportifs les plus attrayants se sont envolés ces dernières années. Pour compenser cette hausse, les chaînes recourent à l'abonnement payant ou à la publicité, publicité interdite en soirée sur les écrans de France Télévisions, ce qui entraîne une concurrence déloyale avec les chaînes privées concurrentes, TF1 ou M6. Le risque existe donc que le sport en *prime time* disparaisse des chaînes de France Télévisions, pourtant partenaire historique. Cela vaut pour le tournoi de Roland-Garros, actuellement diffusé sur vos écrans, dont vous avez indiqué que les droits sont en cours de renégociation ; l'enjeu est d'autant plus fort qu'à partir de 2021 auront lieu à Roland-Garros des séances nocturnes qui attiseront les convoitises, notamment si les

marchés se font par lots. France Télévisions pourra-t-elle continuer à postuler pour retransmettre à l'avenir les grands événements sportifs en soirée ? Quelle est votre opinion sur l'idée d'autoriser la diffusion de pages de publicité sur les chaînes de France Télévisions lors de la retransmission d'événements sportifs, à la mi-temps des matches par exemple ?

Mme Béatrice Piron. Le projet de plateforme de vidéo à la demande Salto que vous avez lancé en juin 2018 avec les groupes TF1 et M6 est remarquable en soi, car il atteste la volonté commune des grands groupes audiovisuels français de travailler ensemble pour concurrencer les offres de plateforme de vidéo à la demande par abonnement telles que Netflix. Toutefois, ce projet a pris beaucoup de retard. Quel est le calendrier prévu et l'avenir prévisible de cette plateforme, dont le développement a été freiné dans l'attente de la réponse de l'Autorité européenne de la concurrence, puis de l'Autorité française de la concurrence ? Les contraintes particulièrement lourdes qu'impose cette dernière pourraient fortement entraver le développement de ce service. Quels moyens vos partenaires et vous-même pouvez-vous investir pour répondre aux exigences de l'Autorité française de la concurrence ? Quelles stratégies mettre en œuvre pour atteindre l'objectif que vous aviez fixé – proposer un service français de vidéo à la demande en mesure de concurrencer Netflix ?

M. Delphine Ernotte. Je voudrais d'abord revenir sur la question de Mme Descamps, à laquelle je n'ai pas complètement répondu. L'équipe de coordination du pôle Outre-mer rassemble des personnels de Malakoff, qui ont déjà un savoir-faire en la matière. Ce pôle a vocation à être une tête de réseau pour l'ensemble des stations ultramarines – radio, télévision et web – et à organiser notamment les initiatives communes : c'est ainsi que, tout récemment, TF1 ayant décroché les droits de retransmission de la coupe du monde de football féminin pour l'Hexagone, nous les avons négociés pour l'ensemble des territoires ultramarins.

Madame Bergé, la singularité du service public se caractérise d'abord par ses engagements en matière de création, et tout particulièrement pour le genre documentaire. Nous avons ainsi prévu de préserver, au sein de notre enveloppe de 420 millions d'euros dédiée à la création, les 101 millions d'euros dévolus au documentaire, ce qui permet de garantir une certaine forme d'éclectisme. Quant à la diversité des formats, elle procède d'un dialogue constant entre les créateurs et les responsables des unités de programmes, et le fait d'avoir réuni dans une même entité l'ensemble des fictions de France Télévisions n'empêche pas qu'en matière de création on a toujours affaire à des personnalités différentes qui proposent chacune une manière de penser la création. Il n'y a donc aucun risque d'uniformisation, c'est même le contraire car, en matière de documentaires par exemple, au lieu d'avoir sur France 2 et France 3 plusieurs documentaires sur Mai 68 abordant leur sujet sous des angles très ressemblants, le fait de pouvoir se concerter peut nous permettre de diversifier les approches et d'enrichir notre palette d'offres.

Vous avez par ailleurs abordé la révision de la loi sur l'audiovisuel. Notre première revendication est de pouvoir évoluer dans un contexte concurrentiel équilibré, où il n'y ait pas d'asymétrie de régulation, compte tenu de la difficulté de taille que représente déjà pour nous le fait d'opérer sur un marché domestique bien plus petit que celui des plateformes américaines qui, en outre, ne sont pas soumises aux mêmes contraintes que nous. Cette correction des asymétries est donc pour nous l'enjeu principal.

Se pose également la question de la concurrence en matière de diffusion de films : je ne m'explique pas que France Télévisions ne soit pas autorisée à diffuser des films le samedi soir, alors que Netflix le fait. Si le cinéma ne peut pas être convenablement exposé sur notre

première antenne, france.tv, nous aurons de plus en plus de mal à maintenir nos investissements dans le cinéma ; il y a là une contradiction à laquelle il faut mettre un terme.

Nous souhaitons aussi que la loi permette à l'audiovisuel public français de restaurer sa compétitivité, ce qui implique notamment de revoir les règles en matière de publicité et de publicité adressée.

Il faut renforcer l'indépendance de l'audiovisuel public, car c'est le prix de la confiance que nous accorderont nos concitoyens. Cette indépendance implique un modèle économique pérennisé et le respect de la trajectoire financière fixée par le Gouvernement, en l'occurrence jusqu'en 2022.

Nous demandons par ailleurs un choc de simplification : trop de rapports, à remettre à différentes instances, nous sont aujourd'hui demandés pour justifier de notre action. Il est certes légitime que nous nous justifions, mais la fréquence de ces rapports et le nombre des indicateurs pourraient aisément être revus à la baisse.

Nous voulons aussi pouvoir maîtriser la distribution de notre offre. Jusqu'à l'accord que nous avons scellé avec les producteurs, une fiction entièrement financée par France Télévisions pouvait se retrouver sur Netflix sans que nous ayons notre mot à dire, ce qui pose évidemment un problème.

Enfin, nous n'avons pas de parti-pris sur ce que doit être la gouvernance de l'audiovisuel public si ce n'est qu'il faut une gouvernance agile, capable de s'adapter aux évolutions qui ne vont pas manquer de se produire dans les années à venir. Nous devons être en mesure de nouer des alliances, comme on l'a fait avec Salto, mais aussi, au besoin, de changer de cap, car nul ne peut dire aujourd'hui à quoi ressemblera dans cinq ans le futur paysage audiovisuel issu de la révolution numérique.

Madame DUBY-MULLER, en matière de chronologie des médias, nous ne sommes malheureusement pas parvenus à conclure avec le monde du cinéma un accord identique à celui que nous avons signé avec les producteurs audiovisuels. C'est dommage, mais cela fait neuf ans que nous essayons en vain – et les chaînes privées n'ont pas été plus chanceuses que nous.

Pour ce qui est de la fiction numérique, c'est un vrai territoire d'expression, et nous disposons désormais d'un département spécifiquement dédié à la fiction numérique et à son financement. À la suite d'un appel à projets lancé au printemps dernier, des tournages sont déjà en cours. Il s'agit notamment d'enrichir l'offre de france.tv/slash, spécifiquement dédiée aux jeunes adultes.

Quant à *Un si grand soleil*, compte tenu de la durée de vie des feuilletons, qui est en général assez longue, nous avons mis à profit cette première année pour installer l'histoire, ce que nous avons fait avec succès. Nous nous interrogeons désormais avec le producteur et en nous appuyant sur les retours des *aficionados* sur la manière de faire évoluer les intrigues et de rajeunir le public.

Monsieur BERTA, vous m'avez interrogée sur la façon dont nous pouvons promouvoir les initiatives positives, ce qui rejoint la préoccupation de nombreux élus locaux, qui regrettent qu'elles ne soient pas davantage relayées. L'accroissement de l'offre d'information locale devrait remédier à cet état de fait. Par ailleurs, je plaide personnellement pour un journalisme qui, sans se cantonner aux bonnes nouvelles, sache donner la place qu'elles méritent à toutes

ces formes de mobilisation citoyenne, individuelles ou collectives qui, dans les territoires, améliorent la vie des gens. En la matière, France 3 a un vrai rôle à jouer. Son magazine *On a la solution* va d'ailleurs tout à fait dans ce sens.

Madame Colboc, nous vous avons apporté une brochure que nous venons d'éditer sur l'éducation aux médias, sujet qui nous occupe beaucoup. Il est essentiel en effet de prévenir le public contre les fausses informations et toutes les formes de manipulation, qu'elles touchent à l'image ou à la vidéo.

C'est dans cette optique que nous avons introduit dans le 20 heures, regardé par des millions de téléspectateurs, la rubrique *Faux et usage de faux*. Je pourrais également vous citer, sur Franceinfo, *L'instant module* ou encore *Le vrai du faux* qui montre comment l'investigation journalistique permet de démonter une manipulation ou de confirmer une vraie nouvelle, pour faire comprendre à nos concitoyens que la recherche de la vérité est un vrai travail, qui ne peut se confondre avec la propagation d'une opinion.

Je voudrais enfin évoquer le réseau citoyen de journalistes, projet pilote que nous avons monté dans sept régions en 2018 et que nous avons l'intention d'étendre à tout le pays, car il a très bien fonctionné. Radio France devrait d'ailleurs rejoindre le dispositif, et nos journalistes vont continuer à intervenir dans les écoles et les établissements scolaires pour y animer des projets pédagogiques.

Monsieur Juanico, nous aurions bien aimé que les Jeux Paralympiques soient dans la corbeille des Jeux Olympiques, mais Discovery n'en détient pas les droits. Nous sommes cependant très engagés en faveur de ces Jeux Paralympiques, que nous diffusons depuis maintenant deux olympiades. Nous ferons donc tout pour en obtenir les droits, mais je dois rappeler qu'avec l'accord de notre actionnaire, il nous a fallu casser notre tirelire pour obtenir les droits des JO et qu'en conséquence, il ne nous reste plus énormément d'argent à investir dans le sport. C'est d'ailleurs une des raisons qui nous poussent à nous concentrer sur les Jeux Olympiques, le Tour de France et Roland-Garros car, tandis que notre budget n'augmente pas, les droits de retransmission, eux, connaissent des hausses qui peuvent parfois aller jusqu'à 50 %. Cela nous oblige donc à réduire la voilure sur le sport et, si nous avons vendu, hier, un test match à TF1, ce n'est pas parce que nous n'aimons pas le rugby mais parce les budgets sont en baisse et que, lorsqu'on peut revendre des droits sans que cela ait trop d'impact sur nos antennes, on le fait.

Les Jeux Olympiques sont, cela étant, une formidable chance. Ils vont nous permettre de déployer un projet qui atteindra son acmé en 2024 mais aura été précédé de multiples programmes, qui devraient notamment s'attacher à suivre nos jeunes sportifs et nos espoirs de médaille dans leur préparation, avec l'espoir qu'ils seront gagnants en 2024. C'est le patron des sports de France Télévisions qui sera en charge de ce projet, voué à dépasser le sport *stricto sensu*, pour promouvoir, dans différents formats, la culture et les valeurs attachées au sport. J'ajoute qu'une chaîne numérique devrait être entièrement dédiée au sport.

Concernant la publicité en soirée, je partage votre point de vue. L'interdiction de la publicité nous place en position défavorable par rapport aux chaînes privées, car nous n'avons aucune recette publicitaire pour compenser le coût des programmes, sachant que de plus en plus d'événements sportifs – y compris, bientôt, Roland-Garros – se déroulent en soirée. Or je ne pense pas que cela dérangerait beaucoup les téléspectateurs que nous introduisions de la publicité durant les mi-temps ou les intermèdes de jeu.

Madame Anthoine, vous avez évoqué le rapprochement entre France 3 et France Bleu. D'autres synergies sont en effet possibles, au premier rang desquelles un rapprochement numérique, que nous allons opérer en nous inspirant de ce que nous avons fait avec Franceinfo. Plus concrètement, nous envisageons également des rapprochements immobiliers – l'un étant déjà en cours à Rennes. Nous avons donc élaboré un schéma directeur immobilier commun, car il est plus simple de travailler ensemble lorsqu'on a les mêmes locaux, même si les uns font de la radio et les autres de la télévision.

Ensuite, il existe des émissions politiques communes, et nous travaillons également à des partenariats intégrés, par exemple avec les festivals, ce qui permettrait de limiter les coûts, d'être ensemble plus intelligents et plus solidaires pour accroître l'exposition de nos médias.

Madame Piron, en ce qui concerne Salto, je ne commenterai pas la procédure en cours avec l'Autorité de la concurrence, mais je voudrais revenir sur le positionnement de Salto par rapport à france.tv et aux offres gratuites de TF1 et M6. Salto, c'est en réalité la dématérialisation du vidéo-club que nous avons tous connu, ou du rayon DVD de la Fnac. Il s'agit donc d'une offre qui n'est nullement concurrente de l'offre de france.tv, laquelle va évidemment continuer à se développer et à améliorer son interface et la disponibilité de ses contenus. C'est pourquoi il faut considérer Salto comme un objet à part, doté d'une équation financière propre et qui n'a donc nullement vocation à empiéter sur les ressources que nous consacrons par ailleurs à nos missions de service public. Ce sur quoi je voudrais insister c'est que si nous ne parvenons pas à faire vivre Salto avec TF1 et M6, nous n'aurons plus de « rayon Fnac » et il ne nous restera qu'Amazon. Nous espérons donc voir naître cet acteur français qui, sans prétendre rivaliser avec Netflix ou Amazon Prime Video, proposera ce que proposent les rayons « Séries françaises » et « Films français » de la Fnac.

Mme Jacqueline Dubois. Nous sommes sensibles aux efforts entrepris par France Télévisions pour améliorer la représentativité de la société française dans sa diversité. Je voudrais m'arrêter en particulier sur les personnes en situation de handicap, à qui les documentaires ou les fictions ont offert une plus grande visibilité et pour qui l'accessibilité des programmes a été améliorée, que ce soit par l'audiodescription, la langue des signes ou des sous-titrages adaptés. Pour mettre en valeur ces efforts, pourriez-vous nous présenter l'application, france.tv AD et nous expliquer en quoi elle constitue une innovation ?

Mme Sylvie Tolmont. La suppression de France 4 et sa transformation en une chaîne intégralement numérique, alors que 70 % de l'offre jeunesse et animation est assurée par cette chaîne et que les usages linéaires restent dominants, ne laissent pas de nous interroger, d'autant qu'au moment où le service public envisage la disparition de sa chaîne jeunesse, le groupe M6 trouve pertinent d'investir 215 millions d'euros pour racheter le groupe Lagardère, notamment sa chaîne Gulli. Il s'agit d'un signal inquiétant envoyé à la jeunesse qui, si elle est de plus en plus connectée, n'a pas abandonné la télévision. Selon Médiamétrie en effet, 78 % du temps de vidéo des enfants est consacré à la télévision linéaire. Par ailleurs, la couverture du territoire en haut débit n'étant pas encore optimale, la réception des flux vidéo ne pourra malheureusement pas être assurée pour tous. *In fine*, avec la suppression de France 4, véritable vitrine de l'animation française, la diffusion de l'animation chutera de 55 %. Ne pensez-vous donc pas qu'il y a une contradiction entre le fait de vouloir rajeunir vos audiences et la suppression de votre chaîne jeunesse ? Ne pensez-vous pas que cette suppression risque de priver certains enfants de l'accès aux programmes jeunesse de France Télévisions et de créer de fait une télévision des villes et des riches ?

M. Frédéric Reiss. Nous avons été un certain nombre de députés à interpeller le Premier ministre sur le service public de l'information et sur le devenir de Soir 3. Dans sa réponse, il a insisté sur le fait que la proximité demeure une priorité de France Télévisions. Même diffusé à une heure tardive et irrégulière, le Soir 3 des régions est apprécié de nombreux téléspectateurs, et j'ai bien noté que vous comptez accroître l'offre d'informations régionale : j'espère que vous prendrez en compte la nouvelle collectivité européenne d'Alsace, qui verra le jour le 1^{er} janvier 2021.

Ma collègue Annie Genevard aurait également voulu vous interroger sur la série *Skam*, qui raconte la vie quotidienne de lycéens venus de divers horizons. L'une des protagonistes porte un hidjab : selon vous, quel est le message sur la laïcité que le service public de l'audiovisuel doit véhiculer ?

Mme Sophie Mette. Vous avez évoqué les GAFAs et Netflix qui nous poussent par leur succès à remanier l'offre publique, en plaçant les attentes des téléspectateurs au cœur des choix éditoriaux. La pérennité d'une plateforme de services de vidéos à la demande telle que Netflix est en effet tributaire des envies et des choix du public, pour le meilleur comme pour le pire, puisque Netflix a enregistré, pour la première fois en sept ans, une baisse significative du nombre de ses abonnés au second semestre 2019, et ce alors que l'offensive de ses futurs concurrents – je pense à Disney et à WarnerMedia – n'a pas encore débuté.

France Télévisions, en comparaison, ne propose pas d'abonnement, alors que les services de vidéos à la demande en ligne incarnent le futur. Vous l'avez d'ailleurs compris puisque vous avez décidé de transférer France 4 de la TNT au web, prenant ainsi acte des nouvelles formes de consommation audiovisuelle.

Dans un contexte de forte concurrence, ce transfert de France 4 aboutit à ce qu'un bon nombre des programmes d'animation chers à notre jeunesse ne soit plus diffusé que sur le réseau numérique, ce qui représente un risque pour la filière de l'animation française : quelles garanties pouvez-vous nous apporter quant à l'avenir de cette filière ?

Par ailleurs, que pouvez-vous nous dire des programmes scientifiques, artistiques et culturels à destination des jeunes ?

Mme Florence Provendier. J'ai récemment abordé le sujet de Salto avec plusieurs acteurs de l'audiovisuel, membres de votre groupe, et j'ai pris connaissance, la semaine dernière, de l'article paru dans *Les Échos*. D'après la note d'engagement transmise à l'Autorité de la concurrence par votre groupe, les passerelles entre les maisons-mères et la plateforme seront limitées, les chaînes du service public auront interdiction de faire de la publicité gratuite pour Salto, laquelle devra limiter ses exclusivités. On s'interroge sur la raison de ces contraintes, qui risquent de pénaliser le service public et d'augmenter les asymétries réglementaires par rapport à ceux dont les noms font aujourd'hui trembler le secteur – Netflix et Amazon Prime Video. Pensez-vous que, dans ces conditions, Salto ait toutes les chances de trouver sa place ?

Mme Céline Calvez. Dans votre contrat d'objectifs et de moyens, il est écrit que « *la représentation des femmes à l'antenne reste loin d'avoir atteint un objectif d'égalité. C'est pourquoi, confirmant les engagements pris par France Télévisions depuis 2012, la part des expertes sollicitées ès-qualité continuera d'augmenter de 5 points par an, jusqu'à atteindre la parité en 2020. [...] Les engagements en matière de diversité, d'égalité entre les femmes et les hommes et d'accessibilité donneront lieu chaque année, dans le cadre des obligations*

applicables à France Télévisions, à des présentations au Conseil d'administration de France Télévisions. »

Disposez-vous d'éléments supplémentaires sur la visibilité des femmes, que ce soit en qualité d'expertes ou par leur rôle dans les fictions, où elles pourraient contribuer, par exemple, à valoriser des métiers comme celui d'enseignant, puisqu'il faut encourager les vocations, ou les métiers scientifiques, qui souffrent d'un fort déficit en femmes ?

Mme Florence Granjus. Vous avez déclaré vouloir renforcer la place de la culture dans vos programmes. S'il y a plus de cinquante ans, le sociologue Georges Friedmann qualifiait la télévision d'école parallèle, on déplore aujourd'hui, statistiques sur les inégalités culturelles et chiffres d'audience à l'appui, l'échec du projet d'éducation populaire et de démocratisation par la télévision.

La dictature de l'audimat a conduit à la marginalisation de la culture scolaire au profit du divertissement. Hier, nous étions quelques parlementaires à échanger avec Thierry Ardisson, dont je vous rapporte les propos : « *Tous les programmes, sans exception, doivent être imprégnés de culture. La dimension culturelle, c'est toute la journée, pas seulement en dernière partie de soirée. La télévision a une mission, celle de l'école du peuple.* » Quelles réflexions vous inspirent ces remarques et le fait que la télévision peine à attirer les jeunes, la moyenne d'âge des téléspectateurs tournant autour de cinquante ans, toutes chaînes confondues, privées et publiques ?

Quelles sont vos pistes d'action pour ramener vers la télévision des jeunes qui la regardent de moins en moins ? Comment cette ambition va-t-elle se traduire concrètement dans les programmes de la rentrée ? C'est un enjeu d'autant plus important qu'au-delà du rajeunissement et du renouvellement des téléspectateurs, il y va de votre attractivité aux yeux des annonceurs – donc de vos moyens budgétaires –, pour qui les 15-34 ans sont une cible privilégiée.

Mme Danièle Hérim. Vous élargissez les plages des journaux télévisés régionaux, mais qu'en est-il de la diffusion nationale d'informations portant sur nos territoires ? En effet, le Grand débat national a mis en évidence la fracture qui existait entre le monde rural et le monde urbain, et il me semble important que les uns et les autres apprennent à mieux se connaître.

Par ailleurs, au-delà de l'offre éducative que vous proposez, que pensez-vous d'une offre complémentaire qui contribuerait à sensibiliser nos citoyens à nos grands défis sociétaux ?

Mme Sandrine Mörch. Nous avons obtenu une très grande victoire à Toulouse la semaine dernière, à laquelle vous avez pour partie contribué : je veux parler du passage du Tour de France au pied des tours d'un quartier sensible. Si nous avons autant bataillé pour que France Télévisions et tous les journalistes soient à ce rendez-vous, c'est pour inverser les regards – d'ailleurs forgés par les journalistes – sur ces quartiers. Nous voulions transformer le mépris en respect, et montrer qu'il n'y a pas que les voitures brûlées qui peuvent attirer la presse et les élus dans ces endroits. Cela a été une réussite d'autant plus formidable que des journalistes du monde entier étaient présents.

Parallèlement, Julien Denormandie m'a annoncé que, le 13 juin dernier, il avait signé avec BFM TV un partenariat visant à désigner dans les quartiers populaires des référents sur lesquels pourront s'appuyer les journalistes. C'est une idée formidable, mais mon sang n'a fait

qu'un tour : qu'en est-il en effet de France Télévisions, qui est quand même la plus vertueuse en la matière ? Certes, des conventions ont déjà été signées entre des chaînes de votre groupe et le comité interministériel de prévention de la délinquance et de la radicalisation (CIPDR), mais comment aller plus loin pour transformer l'image de nos quartiers et éduquer les téléspectateurs à la citoyenneté ?

Mme Delphine Ernotte. Madame Dubois, france.tv AD est en effet une innovation qui permet aux malvoyants d'écouter nos émissions en direct et permet également de régler le son de nos programmes *via* des enceintes connectées. Cela fonctionne notamment pour *C dans l'air*, qui est aussi disponible en *podcast*.

Au-delà des mesures visant à rendre nos programmes accessibles aux personnes handicapées, je voudrais insister sur trois fictions : la série *Astrid et Raphaëlle*, dont l'une des deux protagonistes est une autiste ; la série numérique *Mental* ; enfin, le programme court *Vestiaires*, qui montre avec drôlerie comment les personnes en situation de handicap se moquent d'elles-mêmes.

Madame Tolmont, j'ai déjà évoqué la question de France 4. Nous sommes là face à des arbitrages gouvernementaux, dans lesquels l'Assemblée a d'ailleurs également son mot à dire.

Monsieur Reiss, l'héroïne de la saison 4 de *Skam* porte en effet le voile, mais j'engage tous ceux qui m'en parlent à regarder la série pour constater qu'il n'y a rien de manichéen dans le scénario, qui met en scène une jeune fille tiraillée entre sa culture et son besoin d'émancipation. La série aborde donc la laïcité, mais sans la maltraiter.

Madame Mette, Netflix utilise des algorithmes lui permettant de déterminer peu ou prou quels vont être les choix du public. Pour notre part, nous ne pouvons évidemment ignorer ce type d'attentes, mais une de nos missions consiste précisément, non pas à offrir au public exactement ce qu'il attend, mais à lui proposer des programmes connexes, conformes à ses goûts mais susceptibles de modifier son regard sur un sujet. Il s'agit pour nous de maîtriser la technologie des algorithmes, sans en être prisonniers ; en d'autres termes, nous voulons marcher sur nos deux jambes.

Madame Provendier, en ce qui concerne Salto, il n'est pas question de mettre en cause la position de l'Autorité de la concurrence, qui ne fait que son travail, au regard de ce qu'est la réglementation européenne. Ce qu'il faudrait sans doute remettre en question, ce sont les règles européennes, auxquelles sont soumises les entreprises. C'est un problème structurel, qui dépasse le cas particulier de Salto. Par ailleurs, si nous pensions que les conditions n'étaient pas réunies pour faire de Salto un succès, nous aurions la liberté d'y renoncer, mais ce n'est pas ce que j'anticipe.

Madame Calvez, le taux de femmes expertes sur nos écrans est passé de 30 % en 2015 à 42 % en 2018, ce qui est un vrai progrès et montre que nous allons dans la bonne direction ; quant aux journalistes et aux présentatrices, il me semble que nous avons atteint la parité.

En ce qui concerne la représentation des femmes dans les fictions, nous avons à cœur de mettre à l'écran, notamment par le biais de soirées thématiques dont l'audience est généralement très bonne, des sujets ayant spécifiquement trait aux femmes, comme les violences conjugales, le harcèlement et les agressions sexuelles ou les féminicides. D'aucuns

pourront nous dire que ce n'est pas très drôle, mais France Télévisions est aussi là pour se faire l'écho des problèmes sociétaux.

Toujours dans le domaine de la fiction, nous essayons également de renouveler les rôles féminins et de programmer des séries dont les héroïnes sont des femmes : je pourrais citer *Capitaine Marleau*, *La Stagiaire*, *Speakerine*, à quoi s'ajoutera une série historico-policière actuellement en tournage, dont l'héroïne est une femme qui se fait passer pour un homme.

Enfin, nous avons été les premiers à mettre le sport féminin à l'honneur, avec le tournoi des Six Nations féminin ou la Fed Cup.

Madame Granjus, vous m'interrogez sur les jeunes publics et l'école parallèle. Nous consacrons énormément de moyens à l'offre éducative que nous mettons à disposition du grand public et des enseignants. Reconquérir le jeune public est un véritable défi, dès lors que l'on s'interdit certaines émissions comme les programmes de télé-réalité, dont on sait qu'ils marchent très bien mais qui n'ont pas leur place sur le service public. Il nous faut des contenus que nous puissions revendiquer, mais nous avons montré que nous pouvions en proposer, par exemple avec *Skam*. Nous sommes fiers de cette série, bien tournée, avec un scénario et des dialogues subtils, qui fait un carton chez les jeunes entre quinze et vingt-cinq ans.

Plus largement, la chaîne france.tv/slash est spécifiquement dédiée à ces jeunes, qui vont découvrir progressivement comment nous retrouver. Pour cela, nous nous adressons de plus en plus à eux à travers les réseaux sociaux, en tentant de les ramener vers cet univers conçu pour eux et où ils trouveront des fictions mais également des séries documentaires ou des magazines d'information qui leur sont destinés. Cet ensemble, auxquels s'ajoutent le ludo-éducatif pour les petits et les programmes à destination des écoliers, participe de notre volonté d'aider à l'éducation du jeune public.

Madame Hérin, la question de la diffusion de l'ensemble de l'offre sur tout le territoire est un sujet important parce qu'aujourd'hui, lorsqu'on a accès à France 3 via une box, on ne peut accéder aux programmes régionaux. C'est un combat que nous menons auprès des opérateurs, pour que chacun puisse choisir son décrochage régional comme il l'entend. Nous travaillons également à renforcer l'offre numérique, car c'est par elle que peut passer l'accès universel à nos programmes, ce qui est en particulier un véritable enjeu pour nos compatriotes d'outre-mer.

Madame Mörch, la citoyenneté nous tient évidemment beaucoup à cœur, et je trouve fort bien que nous ne soyons pas les seuls à signer des chartes ! C'est un sujet qui doit concerner l'ensemble des médias, même si, vous avez raison, nous sommes plutôt en pointe sur ces questions. C'est depuis longtemps un axe fort de notre développement, au travers de notre réseau de journalistes citoyens, de nos master classes dans les établissements scolaires, de notre semaine de l'éducation. Vous avez évoqué notre convention avec le CIPDR, et l'on pourrait y ajouter ce que nous avons fait en faveur du service national universel, pour promouvoir sa première édition. Je pourrais poursuivre l'énumération, mais je voudrais surtout insister ici sur la problématique de la diversité sociale dans nos fictions et nos documentaires, car nous avons décidé d'être particulièrement vigilants en la matière et de nous engager pleinement pour le respect d'équilibres qui reflètent notre société.

M. Gaël Le Bohec. Nous avons eu la chance d'accueillir, hier à l'Assemblée, Greta Thunberg. Son message à destination des chefs d'entreprises, des politiques, des journalistes et

de l'ensemble des décideurs est clair : il faut écouter et relayer la voix des scientifiques. Cela m'amène à vous interroger sur la place de la science et de l'écologie dans vos programmes.

Mme Delphine Ernotte. Nous avons décidé de mettre l'accent sur l'écologie dans les prochains mois. Très concrètement, nous allons programmer sur France 5 *Green Blood*, une série documentaire dans laquelle des journalistes reprennent des enquêtes sur l'environnement, pour lesquels d'autres journalistes ont été assassinés ; France 2 diffusera à la rentrée *Sur le front*, une série d'émissions d'Hugo Clément, où il sera question de tous ceux qui se battent pour le climat aux quatre coins du monde ; enfin, une grande soirée événementielle est également programmée sur la même chaîne, en collaboration avec la Fondation Nicolas Hulot et de nombreuses personnalités – notamment la jeune génération – qui agissent pour la planète.

Participent évidemment de cette thématique les magazines *Thalassa* ou *Faut pas rêver*, ainsi qu'un dispositif innovant que nous avons imaginé sur Franceinfo, qui permet à tout citoyen d'alerter la rédaction face à un problème de pollution, sur lequel nos journalistes iront investiguer pour rendre compte à l'antenne du résultat de leur enquête.

Nous soutenons enfin le Lobby de Poissy, cette formidable association d'élèves du primaire, qui ont décidé de rédiger la première déclaration européenne des droits de la planète, et que nous allons accompagner jusqu'à Bruxelles.

Nous voulons que le public soit partie prenante dans cet engagement, qu'au-delà des informations anxiogènes, qui sont un enjeu politique, il comprenne que l'écologie est aussi un engagement individuel.

En matière de sciences proprement dites, nous avons, sur France 5, une case hebdomadaire en première partie de soirée, *Science grand format*, émission de vulgarisation qui aborde les grandes découvertes scientifiques. France 2 diffuse *Aventures de médecine*, et France 4 *Défi cobayes*, un magazine de vulgarisation scientifique destiné à toutes les tranches d'âge. Sur France 3, *Le Monde de Jamy* décrypte les phénomènes naturels, et je mentionnerai également les grands événements ponctuels, comme les documentaires sur la planète produits avec la BBC, ainsi que toutes les émissions sur l'écologie dont j'ai déjà parlé. J'achèverai enfin ce panorama par *Data science vs fake*, diffusé sur la plateforme numérique france.tv/education, qui montre comment on lutte également contre les fausses informations en sciences.

Ce qui me tient à cœur, au travers de tous ces programmes, c'est de promouvoir la raison dans un monde de plus en plus sujet aux réactions émotionnelles. C'est une préoccupation qui irrigue l'ensemble de notre action et qui est un combat quotidien, dans la mesure où, alors que l'émotion est immédiatement transmissible, le raisonnement exige des efforts.

M. le président Bruno Studer. Chers collègues, ainsi s'achève notre session. Les travaux de notre commission devraient reprendre aux alentours du 10 septembre. Nous nous retrouverons dans la salle de la commission des Lois, qui deviendra donc la salle de la commission des Affaires culturelles et de l'Éducation. Je vous avise d'ores et déjà qu'il n'y aura plus de bouteilles d'eau en plastique à votre disposition et qu'il vous faudra apporter vos gourdes ! Bon été à tous.

La séance est levée à onze heures cinquante-cinq.

Informations relatives à la commission

La commission a désigné les membres de la mission d'information pour le suivi de l'application de la loi pour la conservation et la restauration de la cathédrale Notre Dame de Paris et instituant une souscription nationale à cet effet :

Composition :

Groupe	Membres
LREM	Anne BRUGNERA Céline CALVEZ Raphaël GERARD Bénédicte PETELLE Cathy RACON-BOUZON Bruno STUDER
LR	Brigitte KUSTER Constance LE GRIP
MODEM	Sophie METTE
Socialistes	Michèle VICTORY
UAI	Béatrice DESCAMPS
LFI	Michel LARIVE
Liberté et territoires	Frédérique DUMAS

(Le groupe GDR n'a pas désigné de participant)

Présences en réunion
Commission des affaires culturelles et de l'éducation

Présents. – Mme Emmanuelle Anthoine, Mme Stéphanie Atger, Mme Géraldine Bannier, Mme Aurore Bergé, M. Philippe Berta, M. Pierre-Yves Bournazel, M. Bernard Brochand, Mme Céline Calvez, Mme Fannette Charvier, Mme Fabienne Colboc, Mme Béatrice Descamps, Mme Jacqueline Dubois, Mme Virginie Duby-Muller, Mme Frédérique Dumas, Mme Nadia Essayan, Mme Elsa Faucillon, M. Laurent Garcia, M. Jean-Jacques Gaultier, Mme Annie Genevard, M. Raphaël Gérard, Mme Valérie Gomez-Bassac, Mme Florence Granjus, Mme Danièle Héryn, M. Régis Juanico, M. Yannick Kerlogot, M. Gaël Le Bohec, Mme Constance Le Grip, Mme Sophie Mette, Mme Sandrine Mörch, Mme Cécile Muschotti, Mme Bénédicte Pételle, Mme Béatrice Piron, M. Jean-François Portarrieu, Mme Florence Provendier, Mme Cathy Racon-Bouzon, M. Pierre-Alain Raphan, M. Frédéric Reiss, Mme Cécile Rilhac, M. Bertrand Sorre, M. Bruno Studer, M. Stéphane Testé, Mme Sylvie Tolmont, Mme Michèle Victory

Excusés. – Mme Valérie Bazin-Malgras, M. Pascal Bois, Mme Anne Brugnera, Mme Marie-George Buffet, Mme Danièle Cazarian, M. Stéphane Claireaux, Mme Brigitte Kuster, Mme Josette Manin, M. Guillaume Peltier, Mme Marie-Pierre Rixain