

**Mission du Rapporteur spécial sur la nouvelle chaîne publique  
d'information en continu**

**Commission du 13 juillet 2016**

Monsieur le Président,

Mes chers collègues,

Rapporteur spécial sur la mission *Medias, livre et industries culturelles*, il m'a semblé important de m'intéresser au lancement prochain de la nouvelle chaîne d'information en continu du service public, **prévu pour le 1<sup>er</sup> septembre à 18h sur le canal 27 de la TNT**. Au cours de cette mission, j'ai mené une quinzaine d'auditions :

- \* les quatre opérateurs de l'audiovisuel impliqués,
- \* les services de la tutelle,
- \* les chaînes privées d'information en continu,
- \* le CSA,

\* mais également l'ensemble des syndicats représentatifs des deux principaux partenaires que sont France Télévisions et Radio France.

Les interrogations autour de cette nouvelle chaîne ont été nombreuses : **son nom, sa numérotation, son coût** dans un contexte de forte restriction budgétaire, **sa raison d'être aussi**, dans un univers médiatique où il existe déjà trois chaînes privées d'information en continu diffusées sur la TNT gratuite, depuis que le CSA a autorisé en avril dernier le passage en gratuit de LCI.

**En cinq mois, ce seront donc deux nouvelles chaînes gratuites d'information en continu qui feront irruption dans le paysage audiovisuel**, face au *leader* incontesté du marché qu'est BFM TV, du groupe Next RadioTV, et face à I-Télé, la chaîne du groupe Canal +.

\*\*\*

Si ce projet inquiète, étonne, il n'est pourtant pas nouveau. Il était sur le point d'aboutir en 2002, et a finalement été abandonné *in extremis* à quelques mois de son lancement au profit, en 2005, d'une nouvelle chaîne d'information internationale : France 24.

**Cet abandon a eu pour conséquence de créer une exception – et même une anomalie – française, puisque la France est le seul pays européen à ne pas avoir de chaîne publique d’information en continu.** Dans un monde où la circulation de l’information est omniprésente, il apparaît cependant essentiel que la voix du service public apporte son éclairage sur l’actualité. Sur le principe du moins, personne, au cours des auditions n’a remis en cause la légitimité de ce projet.

Le projet éditorial porté par Delphine Ernotte dès la présentation de son document stratégique au CSA est cependant bien différent de celui d’il y a quinze ans puisqu’il prend en compte **les évolutions technologiques ainsi que les contraintes financières d’aujourd’hui.**

**Nouveaux supports de diffusion, mutualisation, optimisation, sont les maitres-mots d’un projet innovant valorisant l’existant pour construire une offre nouvelle à moyens constants ou du moins contenus.**

« Franceinfo : » porte également une ambition inédite pour l’audiovisuel public : la collaboration étroite entre France Télévisions

-colonne vertébrale du projet-, Radio France, France Medias Monde et l'INA. **Il s'agit du premier projet commun aux groupes de l'audiovisuel public, se traduisant en pratique par une coopération des équipes éditoriales et techniques.** Seul Arte manque à l'appel, mais j'y reviendrais.

**Construite sur une logique de média global,** la nouvelle chaîne combine à la fois une diffusion hertzienne, qu'il serait prématuré de négliger, et une solide offre numérique. Cette dernière s'appuie sur les sites existants de l'audiovisuel public, *Francetv info* et *franceinfo.fr*. Conçue également comme une offre « mobile first », particulièrement adaptée à la consommation en mobilité et multi-support, elle se distingue en cela de ses concurrents. **Cette offre globale se veut donc en phase avec un large public, notamment les jeunes, pour qui l'accès à l'information ne passe plus par les grands rendez-vous du 20h.**

La mise en œuvre du projet s'est faite **dans des délais exceptionnellement rapides : à peine huit mois à compter de sa présentation.** Si l'on peut saluer l'efficacité que cela révèle, cela a

engendré des difficultés de communication qui n'ont pas toujours facilité mon travail.

**La rapidité de mise en œuvre du projet n'a pas facilité non plus, et c'est plus préoccupant, le travail d'appropriation par les équipes impactées directement par ces mutations.** La communication partielle a parfois été vécue comme un manque de transparence, et a entraîné inquiétudes et crispations sociales.

Cela a été particulièrement prégnant sur le volet numérique, pour lequel les modalités de convergence des offres de radio France et FTV ont été finalisées il y a quelques jours. La convention a par ailleurs été conclue pour un an seulement, afin de permettre des marges d'adaptation. Cette clause de revoyure témoigne de la difficulté des négociations sur ce point.

=> Ma première proposition va donc dans le **sens d'un renforcement de la cohésion sociale et d'un meilleur dialogue au sein et entre chaque entreprise.** Les négociations collectives doivent se poursuivre sur les **nouveaux métiers et la polyvalence.** Des structures communes de dialogue réunissant les représentants du personnel, à

l'image du comité d'analyse, de mise en œuvre et d'ajustement mis en place uniquement à FTV doivent se généraliser

\*\*\*

La première partie du rapport analyse l'ambition éditoriale de la nouvelle chaîne, qui veut **se différencier de l'offre existante**, par un décryptage de l'information et un recul face à l'immédiateté de l'actualité chaude. Cela est possible grâce à la plus-value apportée par les quatre partenaires :

– France TV tout d'abord, dont **l'expérience et la visibilité des antennes en matière d'information en incontestable**. Ses 3500 journalistes, son ancrage à la fois local et ultramarin, ses 20% de part d'audience du JT de 20h représentent une force de frappe évidente.

– **La station France info ensuite**, est une référence dans le domaine de l'information, et de surcroît la seule offre d'information en continu du service public. Outre les rappels de titre (plus de 80 par jours), les équipes de Radio France proposeront des tranches d'information produites et diffusées à la fois sur les antennes radio et sur celles de la

chaîne d'information. Elle participera également aux éditions spéciales *via* le Live de France info.

– **L'INA** produira des programmes permettant, grâce aux images d'archives, d'éclairer l'événement présent. Cette participation prendra la forme de « modules » quotidiens et hebdomadaires.

– **enfin France 24 en français sera diffusée entre minuit et 6 heures du matin**, évitant à la chaîne de fonctionner par rediffusion comme c'est le cas pour les chaînes privées. Elle fournira également des modules spécifiques sur des sujets internationaux ;

Il s'agit donc d'une programmation ambitieuse, qui tire profit de l'ensemble des savoir-faire des opérateurs du service public.

J'ai cependant émis deux propositions en lien avec le volet éditorial :

**1/ le renforcement des obligations déontologiques** dans le traitement de l'information.

Préconisé par le CSA, il doit être inscrit dans le cahier des charges de France Télévisions. **Ce traitement « éthique » de l'information doit**

permettre d'incarner le label « service public » et de le prémunir contre tout « dérapage ».

2) L'association d'Arte, aujourd'hui absente, alors même qu'il s'agit d'un diffuseur reconnu de l'audiovisuel public. L'expérience de la chaîne en matière de décryptage de l'information pour les plus jeunes acquise depuis 2014 par le lancement d'Arte Journal Junior pourrait sans doute compléter utilement l'offre de « franceinfo : »

\*\*\*

La seconde partie du rapport, tente d'évaluer l'impact de l'arrivée de la nouvelle chaîne d'information pour les trois concurrents privés diffusés sur la TNT gratuite. Ces trois chaînes sont financées par des recettes publicitaires : **les risques de transferts d'audience liés à l'arrivée de la nouvelle chaîne publique ne sont donc pas neutres** pour leurs ressources. Selon BFM TV, une perte de 0,1 % d'audience génère une perte de recettes publicitaires de l'ordre de 4 millions d'euros.

Au regard des comparaisons internationales et des évolutions du marché audiovisuel national exposées dans le rapport, **l'audience globale des chaînes d'information en continu semble en effet plafonnée à 3 %, voire 3,2 %, 4% au moment des pics d'actualité.**

**Il est peu probable que l'offre du service public parvienne à conquérir une nouvelle audience, sans capter une part de celle qui préexiste.** Néanmoins plus l'offre sera différenciée, moins le phénomène de vases communicants sera prégnant.

La chaîne d'information se financera sans publicité, Il n'y aura donc pas de détournement des investissements des annonceurs. Pour autant l'absence de publicité peut également représenter un avantage concurrentiel, capable de capter l'audience.

Par contre, la numérotation 27 ne favorisera pas la chaîne publique, ni sa place de dernière arrivée sur le marché, mais celle-ci bénéficiera sans aucun doute de la notoriété des groupes de l'audiovisuel public.

**Il est donc difficile, à ce stade de mesurer les effets réels sur le marché de l'information en continu de la nouvelle offre du service**

**public. Cette incertitude prédomine également sur le volet numérique, où le site de BFM TV bénéficie encore à ce jour d'un nombre de visites supérieures à *francetv info*.**

Un dernier point pourrait influencer sur l'environnement concurrentiel.

Celui de la **promotion croisée**. Cette technique d'autopromotion entre les chaînes d'un même groupe sera possible pour France télévision. *Alors que* TF1 a renoncé à ce type de promotion dès 2010 avec ses autres chaînes de la TNT gratuite. Cette précaution, réitérée dans la convention établie entre LCI et le CSA, permet de ne pas fausser la concurrence face à I-télé et BFM TV, toutes deux non adossées à une chaîne historique.

⇒ **Je suggère que France Télévisions, dont le caractère public ne doit obérer qu'elle évolue dans un marché concurrentiel, renonce également à la promotion croisée dans les mêmes conditions que TF1. Cette mesure permettrait de limiter les risques de distorsion de concurrence avec les chaînes privées.**

La troisième partie du rapport traite du financement de cette chaîne d'information.

De nombreux aspects de la nouvelle chaîne reposant sur des synergies et des mutualisations avec les chaînes publiques déjà existantes il est impossible de fournir une évaluation du coût complet de la chaîne. Ce chiffrage n'aurait d'ailleurs que peu de sens car, par exemple l'utilisation d'images produites pour le JT de France 2 ou d'un son de Radio France, déjà valorisés dans les charges de la chaîne pour laquelle ils sont produits ne peuvent être valorisés une deuxième fois.

Nous nous sommes donc attachés à valoriser seulement le surcout qui découle des moyens nouveaux dédiés à la chaîne d'infos.

Le modèle économique d'une chaîne d'information en continu se caractérise par **la part prédominante de ses dépenses de personnel. Le nombre de postes dédiés à la chaîne d'information est évalué à 213 ETP (dont 175 à FTV, et 63 % de postes consacrés**

**au volet éditorial).** 41 % de ces postes seront pourvus par voie de redéploiement à partir des effectifs existants. Ce taux atteint 50 % au sein de France Télévisions, permettant d'économiser la moitié du coût. À Radio France, les 28 postes dédiés proviennent d'un refléchage de postes initialement prévu pour le développement commercial.

Le montant des investissements initiaux nécessaires au lancement de la chaîne d'information **s'élève quant à lui à 9,6 millions** pour l'ensemble des partenaires.

Ainsi, l'impact financier total est évalué, pour l'ensemble des partenaires, à **16,5 millions d'euros en 2016, 25,6 millions d'euros en 2017, et 29,8 millions d'euros dès lors que le financement de la chaîne sera stabilisé.** Grâce à la mutualisation et les redéploiements, le surcoût net devrait s'élever, à 10,3 millions d'euros en 2016, à 15,9 millions d'euros en 2017, et à **environ 14 millions d'euros en rythme de croisière,** après la réalisation de l'ensemble des redéploiements. Pour rappel, **les ressources publiques dédiées à l'audiovisuel public s'établissent, au terme de l'exécution 2015, à 3,8 milliards d'euros :** la chaîne d'information représenterait donc un

surcoût de l'ordre de 0,3 %, peu risqué pour l'équilibre global du secteur.

Cependant, il s'agit de groupes différents aux financements indépendants et non d'une entreprise unique. Certains ont une situation financière particulièrement fragilisée – notamment Radio France – et tous sont engagés dans un effort de rationalisation des dépenses.

=> C'est pourquoi ma principale préconisation consiste **en la mise en œuvre d'un suivi consolidé du coût et des objectifs à court et moyen terme. Ce suivi doit se concrétiser par une inscription dans le COM de chaque partenaire ou par avenant pour les COM déjà conclus, des objectifs et de la trajectoire financière de la chaîne d'infos.** En effet, ces éléments sont issus de conventions bilatérales qui, contrairement au COM, n'ont pas vocation à faire l'objet d'un rapport d'exécution annuel et d'une communication au Parlement. **L'inscription dans les COM permettrait donc d'identifier plus facilement les risques de dérapages pouvant résulter d'un sous-dimensionnement initial des moyens nécessaires.**

=>

\*\*\*

En conclusion, ce projet ambitieux doit de nouveau être l'occasion de s'interroger plus largement de financement de l'audiovisuel public :

- **Sur l'assiette obsolète de la CAP tout d'abord**, toujours fondé sur les téléviseurs, alors même que la nouvelle chaîne, développe une stratégie de media global et « mobile first » : le décalage est donc de plus en plus flagrant entre la base d'imposition et le service financé ;
- **D'autre part** : on ne peut demander aux acteurs de l'audiovisuel public de gérer les risques de dérapages, alors même que les trajectoires financières pluriannuelles des COM sur lesquelles les projets sont bâtis font souvent l'objet de décrochages à la baisse. La ressource doit être fiabilisée et cohérente avec les objectifs assignés. Il est donc nécessaire que la part affectée de TOCE soit reconduite dans les années avenir pour un montant au moins égal à celui de 2016.

Le prochain projet de loi de finances sera, bien évidemment, l'occasion d'aborder l'ensemble de ces sujets, et peut-être de faire un bilan des premiers mois de fonctionnement de France info.