

« Faire de France Télévisions un vrai groupe numérique »

Delphine Ernotte-Cunci, nouvelle présidente de l'entreprise publique, s'exprime pour la première fois

ENTRETIEN

Ancienne patronne d'Orange France, ayant fait toute sa carrière chez l'opérateur, Delphine Ernotte-Cunci, 49 ans, succède à Rémy Pflimlin à la tête de France Télévisions, lundi 24 août. Le choix du Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA) de la nommer, le 23 avril, a suscité des contestations – deux plaintes et deux recours au Conseil d'Etat. Après une longue campagne et quatre mois de « tuilage » avec l'équipe en place, la nouvelle présidente de l'entreprise publique officialise son équipe et s'exprime pour la première fois.

Quelle est votre ambition pour France Télévisions ?

Je veux en faire une entreprise audiovisuelle du XXI^e siècle. Cela veut d'abord dire assurer les missions essentielles : proposer des programmes innovants et une information de service public, mais, au-delà, je veux en faire une entreprise qui n'ait pas seulement des supports numériques, mais qui soit un vrai groupe numérique.

Face à la mondialisation et à l'essor d'Internet, qui abolit les frontières pour le contenu, il y a un vrai enjeu pour la télévision publique en France : nous risquons de souffrir d'avoir un territoire tout petit face à des géants américains qui amortissent leurs séries sur des millions de téléspectateurs. Il faut donc aider à la production des contenus exportables et être moteur dans la coproduction européenne. Je regardais jeudi soir sur Arte « The Team », une série polar danoise, allemande et belge. Il n'y a aucune raison que le secteur audiovisuel français ne devienne pas plus puissant.

Certains estiment que, venant d'Orange, vous ne connaissez pas la télévision...

D'abord, je suis très fière d'être la présidente de France Télévisions. Je viens d'un monde où la télévision est extrêmement présente. Orange France est un des premiers revendeurs de télévision puisque les box d'opérateurs équipent un foyer sur deux. J'ai aussi suivi de près les évolutions du numérique. Par ailleurs, Orange fait de la télévision avec la chaîne Orange Cinéma Séries.

Vous arrivez alors que France

Télévisions a de bonnes audiences : serez-vous une présidente de simple continuité ?

C'est une très bonne chose que les audiences se portent bien. L'équipe en place fait un travail formidable. Pour autant, je ne m'inscris ni en rupture, ni en continuité : si vous me demandez si France Télévisions est prêt à affronter les concurrences d'Amazon et de Netflix, la réponse est : pas encore. C'est ça, mon enjeu.

Faire une chaîne d'information publique est une de vos priorités. Quel sera son apport face à BFM-TV ou i-Télé ?

Dans un monde qui est en train de se fragmenter, où beaucoup de téléspectateurs ne font plus confiance à ce qu'ils entendent, nous voulons une chaîne qui aille plus loin que donner l'information. Et qui permette de comprendre, d'exposer des points de vue différents, d'éclairer et de décrypter, au-delà de l'information brute et parfois brutale qu'on peut voir sur les chaînes en continu.

Est-ce réaliste d'espérer lui attribuer un canal ? Faudrait-il supprimer France 4 ou France Ô ?

La priorité, c'est de concevoir un projet de chaîne d'information, lancée en septembre 2016, et qui soit accessible sur les supports numériques. Pour la diffusion plus traditionnelle, il y a plusieurs possibilités, je les étudierai.

Quelle a été votre volonté en constituant votre organigramme ? Avez-vous subi des pressions ?

Je voulais d'abord avoir un équilibre entre des gens de l'interne et de l'externe, une parité hommes-femmes ainsi qu'une diversité dans les profils. Laetitia Recayte, directrice commerciale, vient du monde de la production, Caroline Got, directrice de la stratégie et des programmes, a travaillé à France Télévisions mais vient de TF1, Michel Field, qui dirigera France 5, est journaliste, Arnaud Lesaunier, le DRH, est une promotion interne, comme Pascal Golomer, le patron de l'information. J'ai par ailleurs confié à Rodolphe Belmer [ex-numéro deux de Canal+] une mission d'animation d'un comité d'orientation stratégique composé de personnalités extérieures. Sur la totalité de

l'équipe, je n'ai reçu aucune pression. Je me suis sentie totalement libre de mes choix.

Pourquoi avoir nommé numéro deux de l'information Germain Dagognet, de TF1, qui n'était pas le choix de votre directeur de l'information ?

J'ai choisi de nommer Pascal Golomer directeur de l'info. C'est important pour la rédaction d'avoir pris l'un des leurs, qui est reconnu et qui est un bon manager. C'est le point le plus important. Après, je n'ai jamais caché mon projet de faire une chaîne d'information. J'ai souhaité que ce projet soit intégré à la rédaction. J'ai vu pas mal de monde pour la direction de l'information, et Germain Dagognet m'a paru avoir une bonne expérience, notamment celle d'une chaîne d'information en continu, à LCI. Il sera une ressource utile pour réussir ce projet, sous la direction de Pascal Golomer.

Vous dites vouloir « réinventer l'offre » et prôner « une certaine prise de risque » : suffit-il de le leur demander pour que les équipes innovent ?

Il faut effectivement comprendre quels sont les freins aujourd'hui. Il y a des gens très compétents et très engagés à France Télévisions. Ma première décision sera de lancer des assises de France Télévisions où, de ma-

nière décentralisée, là où sont les salariés, les équipes de direction, à commencer par moi, entendent ce qu'ils ont à dire. Chez Orange, après la crise sociale en 2009, j'avais participé à une large consultation et cela avait été très utile.

L'entreprise a été secouée par le passé. Faut-il la secouer encore ou apaiser ?

Secouer n'est pas une bonne méthode. Mais, si vous interrogez les syndicats, les salariés et l'écosystème de France Télévisions, personne ne considère que le statu quo est une option.

Quelles économies faut-il faire ? Faut-il des départs ?

Il y a eu déjà pas mal de plans de départs successifs. Il faut réfléchir à cinq ans, c'est le plan stratégique, que je veux terminer pour la fin de l'année pour asseoir le contrat d'objectifs et de moyens que nous

voulons négocier avec les ministères. La question des effectifs se posera, mais, vu les réformes engagées, un nouveau plan de départs n'est pas mon intention.

Faut-il élargir la redevance, faire revenir la publicité après 20 heures ou vendre de la publicité sur le Web ?

Je suis pragmatique. Pourquoi pas tout cela en même temps ? Asseoir une redevance sur le poste de

télévision, à l'heure où on regarde les programmes sur sa tablette, n'est pas idéal. La publicité est une source de revenus, qui ne ponctionne pas les citoyens. Ce n'est pas une mauvaise ressource. Enfin, France Télévisions doit être capable de monétiser ses contenus en faisant des productions ou des coproductions de dimension internationale.

Faut-il repositionner France 2 et France 3 ?

Le groupe a deux grandes chaînes généralistes : France 2 serait la chaîne du « voir ensemble », positionnée sur l'événementiel, le « chaud » et sur les grands divertissements et les événements sportifs... France 3 serait recentrée sur la diversité de ce qui se passe dans les régions et sur le patrimoine. Les deux se cherchent encore et je veux des chaînes avec des identités fortes. C'est une question stratégique.

N'est-ce pas contradictoire avec la fusion des rédactions de France 2 et France 3 ?

L'enjeu est de créer la première rédaction d'Europe, avec des services de journalistes communs – économie, politique, culture... Cela n'effacera pas l'identité de chaque édition et des lignes éditoriales extrêmement claires.

Votre premier tweet de présidente élu proposait d'accueillir les « Guignols » à France Télévisions : c'était un clin d'œil de communication ?

C'était une réaction spontanée pour dire qu'il faut de l'impertinence à la télévision. Et ce ne serait pas inenvisageable d'avoir une émission comme les « Guignols » sur le service public. ■

PROPOS RECUEILLIS PAR
ALEXANDRE PIQUARD

« Je suis une femme d'entreprise, pas une femme politique »

Certains pensent que votre présidence est marquée à gauche : le président du CSA est un ancien socialiste, vous avez choisi un ex-écologiste comme directeur de cabinet... N'est-ce pas prêter le flanc à la critique en vue de 2017 ?

Je suis une femme d'entreprise, pas une femme politique. Je n'ai aucun marquage. C'est d'ailleurs comme cela que j'ai défendu ma candidature. Et je crois que c'est aussi pour cela que le CSA m'a nommée : ma capacité à transformer une entreprise, dans un climat social apaisé. Quant à Stéphane Sitbon Gomez [*directeur de cabinet*], je cherchais quelqu'un pour m'aider à relire mon projet et cela a été une rencontre. Il se trouve qu'il a un passé politique, mais ce n'est pas cela qui m'a décidée.

David Kessler, directeur général d'Orange Studio, ancien conseiller de François Hollande et ancien collaborateur d'Olivier Schrameck, le président du CSA, est-il intervenu en votre faveur ?

David m'a-t-il aidée dans mon dossier ? Non. Il n'a pas vu le document, ne l'a pas relu et n'a pas fait partie de mon équipe. S'en est-on parlé ? Oui, c'est un collègue de chez Orange, qui s'occupe de la filiale de production.

Nous nous sommes vus deux fois, je crois, pour parler assez largement. A-t-il dit du bien de moi ? Peut-être. Il faudrait lui demander. Est-il intervenu en faisant activement campagne ? Je ne crois pas. Il s'en est d'ailleurs expliqué.

Votre nomination fait l'objet de contestations : des plaignants estiment que des membres du CSA sont intervenus en votre faveur, en écartant des candidats ou en vous faisant rencontrer des personnalités...

Je trouve cela assez anecdotique au regard des enjeux pour la télévision publique. Avant de poser ma candidature, je ne connaissais personnellement aucun des membres du CSA, pas plus son président que les autres. J'ai rencontré une fois chaque membre, pas plus. Oui, certains m'ont choisie, sinon je ne serais pas là... Mais c'est l'objet même d'un vote et d'un débat. ■

PROPOS RECUEILLIS PAR
AL. P.