

Jeunesse et proximité : les cibles du service public français

AUDIOVISUEL Des premières pistes timides pour une réforme des contenus

► Tous les sujets explosifs (gouvernance, redevance, économies) ont été prudemment reportés.

► La ministre de la Culture évoque une « première phase » de transformation centrée sur l'offre de contenus.

PARIS

DE NOTRE ENVOYÉE PERMANENTE

L'audiovisuel public est une honte pour nos concitoyens ! », avait lancé Emmanuel Macron à la fin de l'an dernier. On s'attendait donc à un big bang du secteur de la part de ce président « transformateur » qui, depuis son élection, il y a un an, avale les réformes comme un enzyme glouton. Mais alors que la ministre de la Culture Françoise Nyssen a présenté le projet ce lundi, force est de constater que la montagne accouche d'une souris. La refonte de la gouvernance (dont le système actuel avait nourri le courroux présidentiel) ? Elle est reportée à plus tard, la question d'un patron unique pour les différentes entités (France Télévisions, Radio France, France 24, RFI, l'INA, Arte et TV5 Monde) n'ayant pas été tranchée. Comme le montant précis des économies exigées (on parlait de 250 à 500 millions d'euros), les futurs pouvoirs du CSA ou même la disparition effective de certaines chaînes, comme France Ô, la chaîne des outre-mers.

Trop explosif pour une ministre que l'on dit fragilisée, et alors que le chantier est surveillé comme le lait sur le feu par le Premier ministre Édouard Philippe lui-même ? Françoise Nyssen préfère arguer prudemment qu'il ne s'agit que « du premier

acte » d'une transformation qui n'en serait pas moins révolutionnaire pourvu qu'on ait la patience d'attendre son atterrissage complet en 2019 et son déploiement dans les années qui suivront. Pour la première fois, à l'écouter, il s'agirait d'axer une réflexion non plus sur les structures (« une approche ringarde ») mais avant tout sur les contenus. Il ne faudrait plus raisonner en termes de coups de

rabot, mais en termes d'offre.

Objectif affiché, donc ? Anticiper. En clair, répondre aux nouvelles demandes du public. « Nous sommes en train de passer à côté des jeunes », a résumé la ministre dans une interview au journal *Le Monde*. Ces jeunes pour lesquels l'écran de télévision n'est plus un objet familier mais qui n'en sont pas moins intéressés par des contenus consultables « à la carte » sur leur téléphone ou leur ordina-

« *Le pays des Lumières* reste hautement

réactionnaire » FRANÇOISE

NYSSSEN, SUR LA DIVERSITÉ DANS LES MÉDIAS

teur.

Ceux-là doivent pouvoir consommer de l'audiovisuel où ils veulent et quand ils veulent. Pour ce faire, des investissements doivent être consentis : environ 150 millions d'euros par an, alors que pour l'instant France Télévisions n'investit que 100 millions par an. Aujourd'hui, seuls 3 % des budgets des

entreprises de l'audiovisuel vont au numérique. Clairement insuffisant pour le gouvernement. Mais il ne suffira pas à chacune des entités de l'audiovisuel public français de faire des efforts dans son coin. Ensemble, elles devront aussi aboutir l'an prochain à un nouveau média fabriqué en commun et à destination explicite des jeunes. Ce ne sera d'ailleurs pas le seul nouveau média créé. Dans un mois, un

nouveau site web devrait être en ligne avec des offres de contenus axés sur l'art et la culture, en ce compris des web-séries.

Dès à présent, les sites seront aussi enrichis, comme celui de France Info, par un service qui débusquera les fake news (lire par ailleurs).

Où trouver l'argent pour ces nouveaux investissements ? Qui dit nouvelles dépenses dit aussi bonnes vieilles économies. Ainsi la chaîne France 4, destinée à la jeunesse, ne sera plus diffusée sur le numérique terrestre

(TNT). Au passage, le canal ainsi dégagé pourrait servir à héberger la chaîne France Info, pour l'instant reléguée dans les profondeurs du canal 27. France Ô, la chaîne des outre-mers, pourrait elle aussi passer à la trappe. Mais l'arrêt de mort n'est pas encore signé, des consultations vont d'abord avoir lieu pour mesurer l'ampleur du sacrifice.

Toujours dans la même approche qui veut privilégier les

contenus, l'accent va être mis davantage sur la proximité. À charge pour la télé et la radio qui s'en sont fait une spécialité de créer des synergies. France 3 et France Bleu (les locales de Radio France) vont ainsi explorer un partenariat. A la rentrée, des matinales communes seront mises en place dans deux villes françaises. Et France 3 devra tripler ses décrochages régionaux (deux heures de diffusion par jour actuellement).

Mais la responsabilité des médias de l'audiovisuel public ne sera pas seulement de faire évoluer les contenus. Ils devront aussi être le « miroir de la société » française. Une invitation à mettre en avant davantage de diversité dans un pays des Lumières qui, aux yeux de Françoise Nyssen, reste « hautement réactionnaire ». ■

JOËLLE MESKENS

UNE RÉFORME QUI TOUCHE 17.000 SALARIÉS**Les acteurs de l'audiovisuel public français**

France Télévisions. Premier groupe de service public en France (France 2, 3, 4, 5, Ô et Franceinfo), le mastodonte dirigé depuis avril 2015 par Delphine Ernotte risque d'être le plus touché par la réforme.

Radio France. Premier groupe radiophonique français, il rassemble 7 stations (France Inter, franceinfo, France Culture, France Musique, Fip et Mouv') et les 44 locales de France Bleu, mené par Sibyle Veil.

L'INA. L'Institut national de l'audiovisuel est le

premier centre d'archives numérisées au monde, avec près de 18 millions d'heures de télévision et de radio.

France Médias Monde. Présente dans 180 pays, l'appellation regroupe RFI, France 24 et RMC Doualiya.

TV5 Monde. La chaîne francophone est détenue par des sociétés audiovisuelles publiques de France, Belgique, Suisse, du Canada et du Québec.

Arte. Au sein de la chaîne franco-allemande, Arte France est le pôle hexagonal qui fournit 40 % des programmes. (afp)

FAKE NEWS**De nouveaux décriptages**

La capacité de discernement des citoyens ne suffit plus, estime Françoise Nyssen.

Ainsi la lutte contre les fake news fait-elle partie des priorités.

Dès ce mercredi, Franceinfo (la chaîne tout info de Radio France et France Télévisions) proposera sur son site une nouvelle offre de décodage pour distinguer « le vrai du faux ». Ces offres tendent à se multiplier sur les médias français. *Le Monde* propose déjà une plateforme « Decodex » qui permet au citoyen de vérifier la crédibilité des sources en ligne. *Libération* propose aussi de passer rumeurs, ragots et autres on-dit au filtre de son service « Check News ».

La loi sur les « fake news » est par ailleurs en discussion au parlement. Annoncée en janvier dernier par Emmanuel Macron, elle vise à empêcher la diffusion intentionnelle de fausses informations en période électorale.

J.O.M.

numérique « La télé a longtemps négligé les plus jeunes »

ENTRETIEN

Yves Bigot est le directeur général de TV5 Monde, un des six groupes de l'audiovisuel public français concerné par cette réforme. Parmi les efforts annoncés par la ministre de la Culture, le numérique et la jeunesse. « Reconquérir les jeunes constitue l'enjeu le plus difficile », estime le patron de la chaîne de la francophonie.

Il était urgent, selon vous, de concentrer ses efforts sur le numérique et les jeunes ?

Depuis 25 ans, la télé a un peu négligé le public le plus jeune. Dans la télé publique, ce qui a compliqué notre tâche, sous l'influence de certains facteurs comme l'émission de Cyril Hanouna, etc., c'est qu'on a été obligé de faire le deuil de certaines obligations. En tant que média de l'audiovisuel public, nous avons l'obligation de bien parler français, de ne pas diffuser de grossièreté, d'avoir un langage correct alors que l'on voit bien que pour toucher les jeunes, il faut leur

parler comme ils parlent, avec la télé-réalité entre autres, et c'est en complète contradiction avec nos émissions culturelles. On a donc baissé les bras. Pour respecter nos missions de service public, on doit les reconquérir.

Est-ce qu'on aurait délaissé ceux qui ne regardent plus la télévision à la télévision en faisant du grand public ?

Tout à fait. A partir du moment où l'on doit toucher des millions de téléspectateurs, on privilégie les vieux qui sont plus nombreux. L'idée aujourd'hui, c'est de travailler de manière collective, chaque groupe doit se donner les moyens de faire cet énorme boulot. Comment ? On observe les modèles qui plaisent aux jeunes, comme « Brut », par exemple. La ministre a aussi annoncé une offre globale culturelle. Chez TV5 Monde, on a un réseau de jeunes correspondants partout dans le monde. « Les haut-parleurs », qui témoignent de leur aventure. En résumé, on fait chacun notre boulot dans notre coin mais il faut bosser

ensemble sur les questions essentielles. Il faut partir du constat que les jeunes regardent nos programmes télé, mais pas à la télé. Il faut donc les approcher là où ils consomment les médias. La VOD, qui est une piste, on le fait déjà individuellement et on bosse aussi avec la RTBF et la télévision suisse sur une plateforme commune.

Selon vous, l'audiovisuel public français est-il en retard par rapport au belge ?

Globalement, le paysage audiovisuel en Belgique n'est pas le même mais connaît les mêmes difficultés. Je ne pense pas que la France soit en retard. Le tout est de mettre toutes les offres en commun pour faire des économies mais aussi parce que six offres disparates auront moins d'impact qu'une seule avec plus de 800 contenus. Pour que cela soit efficace, il faut une offre puissante et de la visibilité. ■

Propos recueillis par
LOLA LEMAIGRE