



Premier ministre

*Service Communication*

Hôtel de Matignon, le 19 juillet 2018

## COMMUNIQUE DE PRESSE

### Décisions relatives à la transformation de l'audiovisuel public

La mission de concertation installée auprès de la ministre de la Culture a rendu publiques ses conclusions le 18 juillet 2018, après avoir mené une large concertation des parties prenantes. Le Premier ministre et la ministre de la Culture tiennent à saluer la qualité du travail réalisé par la mission qui invite les sociétés de l'audiovisuel public à renouveler leur ambition stratégique, en passant d'une logique de diffuseur à une logique d'éditeur de contenus, et à engager les défis de transformation présentés le 4 juin par le gouvernement.

Le renforcement de l'offre de proximité constitue un premier chantier. Il passera par un triplement des programmes régionaux de France 3 et des coopérations beaucoup plus étroites avec France Bleu. Des expérimentations territoriales seront menées dès la rentrée 2018 dans des régions test (Bretagne, Franche-Comté, Hauts-de-France, Occitanie et Provence-Alpes-Côte d'Azur). L'offre de programmes régionaux, qui sera spécifique pour chaque région, concernera l'ensemble des genres de programmes : information, documentaires et magazines, émissions de services, sport, etc. Clé de voûte de cette coopération destinée à renforcer l'offre d'information de proximité, des offres communes (télévision, radio, numérique) seront produites par les équipes de France Bleu et France 3 après une phase de test de matinales en 2018/2019 dans plusieurs régions.

La nécessité d'un enrichissement et d'une évolution de l'offre de programmes jeunesse, second chantier, est confirmée par la mission de concertation. Au-delà des programmes de télévision, d'autres modalités de diffusion doivent être développées, afin que les offres du service public restent référentes pour les jeunes générations, qui se détournent progressivement de la télévision au profit des usages numériques. France Télévisions, dont le canal hertzien France 4 sera libéré au plus tard en 2020, conservera son ambition unique en matière d'animation sur l'ensemble des chaînes du groupe. Arte maintiendra également son exposition de l'animation.

Dans le même temps, une offre d'animation de référence, sans publicité, sera offerte dans un environnement numérique sécurisé aux parents et aux enfants. Au-delà de l'offre de dessins animés et de programmes pour les enfants, France Télévisions proposera également, avec Radio France et France Médias Monde, une offre commune pour les adolescents et les jeunes adultes (15-30 ans), qui mettra en particulier en avant des formats courts et innovants. Une plateforme éducative commune aux entreprises de l'audiovisuel public sera également lancée en 2019. Au final, le service public produira et diffusera une offre plus riche de programmes à destination des enfants, des adolescents et des jeunes adultes.

Les conclusions de la mission de concertation conduisent également à considérer que l'organisation actuelle du service public audiovisuel ne permet pas de donner la visibilité nécessaire aux territoires ultramarins et à leurs habitants. La représentation des territoires et des habitants ultramarins doit en effet trouver sa juste place au sein de l'audiovisuel public, non pas à la périphérie - comme c'est le cas aujourd'hui à travers la

chaîne France Ô dont l'audience reste encore trop confidentielle, mais par une intégration au sein de la programmation de l'ensemble des autres chaînes de France Télévisions : information et météo, documentaires, magazines, émissions politiques, fiction.

Cette juste représentation doit passer par des engagements de programmation chiffrés et mesurables, qui seront finalisés par France Télévisions et intégrés dans son cahier des charges et dans sa feuille de route stratégique dès 2018. La construction des indicateurs de suivi de cette plus grande visibilité donnera lieu à la rentrée à un groupe de travail associant des parlementaires membres des délégations aux outre-mer.

Une meilleure visibilité doit également passer par le développement d'un portail numérique enrichi sur les Outre-mer, permettant de valoriser les programmes des Outre-mer 1ère. France Télévisions maintiendra l'enveloppe budgétaire de 10 millions d'euros allouée aux coproductions ultramarines. Le réseau des Outre-mer 1ère, qui a déjà anticipé le « média global » (intégration de la radio, de la télévision et du numérique), sera renforcé. Le passage à la haute définition, attendu depuis longtemps et souvent reporté, des chaînes des Outre-mer 1ère sera réalisé. Une entité éditoriale dédiée aux outre-mer sera maintenue avec les équipes de France Ô. Cette entité aura notamment pour vocation de jouer le rôle de « tête de réseau » dans le groupe. Et les équipes des Outre-mer 1ère auront aussi pour mission de renforcer les liens avec les pays de leur bassin régional, des Caraïbes au Pacifique, afin de couvrir l'actualité de ces pays et d'alimenter ainsi les programmes d'information internationale du service public audiovisuel. Cette amélioration très significative de la visibilité des Outre-mer dans les programmes à forte audience des chaînes de France Télévisions, couplée à la création d'un portail numérique de programmes beaucoup plus riche, et à une ambition renforcée pour les Outre-mer 1ère, permettra de libérer le canal hertzien de France Ô au plus tard en 2020.

Pour relever le défi numérique, axe prioritaire de la transformation de l'audiovisuel public, les sociétés augmenteront significativement leurs investissements par des redéploiements massifs des contenants vers les contenus. Cette stratégie visera à l'excellence technologique, une ergonomie offrant une expérience utilisateur de qualité, dans des environnements sécurisés et protecteurs des données personnelles. Cette stratégie de transformation sera accompagnée de plans de formation des personnels aux nouveaux métiers du numérique. De nouvelles offres à la demande, gratuites et communes aux médias de service public, seront proposées, et des partenariats noués au niveau national et européen.

Sur l'ensemble de ces sujets (offre de proximité, offre jeunesse, représentation des Outre-mer, stratégie numérique), les sociétés préciseront de manière opérationnelle la manière dont elles déclineront les orientations fixées par le gouvernement.

Afin de donner aux sociétés toute la visibilité nécessaire pour mener à bien leurs projets de transformation, le Gouvernement leur a donné les perspectives financières suivantes :

- Maintenir les investissements dans la création (560 M€ pour France Télévisions et Arte).
- Tripler la programmation régionale sur France 3 en réalisant des gains d'efficacité et une meilleure mutualisation des moyens sur le territoire avec France bleu.
- Investir 150 M€ supplémentaires dans l'offre numérique d'ici 2022 par des redéploiements.
- Contribuer à la maîtrise des dépenses publiques : à l'horizon 2022, des économies de 190 millions d'euros (par rapport au budget 2018) devront être réalisées pour l'ensemble des sociétés de l'audiovisuel public, dont 160 millions pour France Télévisions, 20 millions pour Radio France.

Contacts : 01 42 75 50 78/79 – [communication@pm.gouv.fr](mailto:communication@pm.gouv.fr)