

France Médias Monde contribue au débat sur l'avenir de l'audiovisuel public

Dans le cadre de la réflexion menée actuellement par l'Etat sur l'avenir de l'audiovisuel public, les ministères de la Culture, de l'Economie et des Finances, ainsi que de l'Action et des Comptes publics ont demandé aux dirigeants de l'audiovisuel public de proposer des pistes pour relever les nouveaux défis et définir une stratégie adaptée concernant leurs sociétés dans un contexte d'optimisation de la dépense publique.

Mi-novembre, France Médias Monde a remis aux Ministères sa contribution au débat. Celle-ci porte sur le périmètre de ses missions, les mesures permettant encore d'améliorer son efficacité opérationnelle et les pistes de coopération déjà entreprises ou à l'étude avec les autres entreprises audiovisuelles.

Cette réflexion de FMM s'inscrit dans le prolongement du COM 2016-2020 et du projet stratégique proposé en mai dernier par Marie-Christine Saragosse dans le cadre de son renouvellement par le CSA.

► Dans sa proposition, FMM a d'abord rappelé ses **missions de service public** qui apparaissent plus nécessaires que jamais dans un contexte international devenu imprévisible (terrorisme, crise migratoire, Brexit...) :

- Une **offre média global** (TV, radio et numérique) au service du rayonnement mondial de la France qui touche largement les publics jeunes ;
- une **information internationale référente** à l'heure des fausses nouvelles et des manipulations tout particulièrement dans l'univers numérique ;
- une programmation au service de la **diversité culturelle** et des **valeurs démocratiques et républicaines au niveau mondial** tandis que des opérateurs internationaux ne partageant pas ces valeurs disposent de moyens toujours plus importants ;
- La promotion de la **langue française** et de la **francophonie y compris à travers des offres multilingues** impératives pour un diffuseur mondial ;
- Une **offre citoyenne** de service public à l'échelle de la planète pour contribuer à la paix, à la stabilité et la cohésion sociale (clubs RFI dans les camps de réfugiés, Infomigrants, les observateurs engagés, Pas2quartiers ...).

► Si de nombreuses réformes ont d'ores et déjà été menées au cours des cinq dernières années, permettant de réaliser d'importantes économies, FMM est aujourd'hui confronté à de nouveaux défis qui lui imposent de continuer à **se transformer** autour des chantiers suivants :

- la **transformation numérique**, au cœur des projets éditoriaux (adaptation des contenus, organisation, exposition, culture des data) ;
- Des délocalisations de rédactions en langues étrangères ciblées pour une plus grande **proximité** notamment pour le renforcement des langues africaines ;
- Une capitalisation croissante sur la **complémentarité des médias** du groupe à l'instar de France 24 en espagnol ;
- Un **réseau de distribution mondial** qui couvre aussi bien des zones aux équipements les plus sophistiqués que des zones où l'électricité fait défaut et qui s'adapte sans cesse au terrain ;
- Une **organisation** déjà considérablement transformée après la fusion **et en constante recherche d'efficacité et d'agilité** ;
- L'**optimisation du potentiel de ressources commerciales** limitées par construction.

► FMM développe des projets communs et des coopérations avec :

- **ses partenaires internationaux** comme **Arte** (valorisation mutuelle des offres en espagnol), **TV5Monde** (accord de collaborations signé en 2014), la **Deutsche Welle** et l'**ANSA** (Infomigrants et autres projets à l'étude) et des groupements d'intérêts internationaux (**MFP** et **DG7**).
- **les autres entreprises de l'audiovisuel public** comme France Télévisions, Radio France, et l'INA autour de **franceinfo**, du projet de **plateforme culturelle** commune, de pistes de mutualisations de bureaux de **correspondants** autour du réseau de FMM à l'étranger, de coopérations en matière de **formation** à l'international, d'**appels d'offres communs**, de **sécurité informatique**, etc.

Ces pistes, qui constituent la contribution de FMM, sont actuellement étudiées par les services de nos Ministères de tutelle dans le cadre de la démarche « Action Publique 2022 », initiée par le Premier Ministre qui vise à interroger en profondeur les missions exercées par la puissance publique.

Le Comité Action Publique 2022 (CAP 22), qui réunit une trentaine de personnalités chargées de mener un audit sur les missions et la dépense publique, a d'ores et déjà auditionné la PDG de FMM. Comme les autres dirigeants, Marie-Christine Saragosse rencontre dans ce cadre la Ministre de la Culture cette semaine.

FMM contribue ainsi à la réflexion globale sur l'avenir de l'audiovisuel public au travers de propositions visant à préserver et développer son action au service du rayonnement de la France dans le monde tout en rappelant la spécificité internationale de sa mission, distincte des problématiques des opérateurs nationaux de l'audiovisuel public.