

AVIS DU COMITÉ SOCIAL ET ÉCONOMIQUE SUR LE CONTRAT D'OBJECTIFS ET DE MOYENS DE FRANCE MÉDIAS MONDE POUR LA PÉRIODE 2020-2022

Le projet de contrat d'objectifs et de moyens (COM) de France Médias Monde pour la période 2020-2022 a été présenté au Comité social et économique le **21 octobre 2020**, puis à nouveau le **16 décembre 2020**, une fois finalisé le tronc commun à l'ensemble de l'audiovisuel public, et enfin le **13 avril 2021**, après avoir été transmis pour avis au Conseil supérieur de l'audiovisuel et aux Commissions des Affaires culturelles et des Affaires étrangères de l'Assemblée nationale et du Sénat.

Cet exercice de **formalisation d'une projection stratégique** intervient dans un **contexte particulièrement incertain**, en raison de la crise sanitaire que traverse le monde, et il s'inscrit dans un **cadre de réduction budgétaire** qui intègre un **plan de sauvegarde de l'emploi et est marqué par la baisse programmée de la contribution à l'audiovisuel public (CAP)** à hauteur de 3,5 M€ entre 2018 et 2022.

Il suit une **logique d'amplification des synergies**, tant internes qu'entre les différentes sociétés de l'audiovisuel public, mais **qui vise avant tout la réduction de la masse salariale**.

La **question du financement pérenne de l'audiovisuel public** se fait **de plus en plus urgente et constitue une source d'inquiétude majeure pour l'après 2022**, compte tenu de **la disparition effective de la taxe d'habitation** et dans l'attente d'une **réforme de la CAP**. Il apparaît à cet égard essentiel de **préserver une recette dédiée, gage d'indépendance et de crédibilité** pour notre groupe sur la scène internationale.

Faire plus avec toujours moins, l'équation n'est plus tenable.

Si les missions de FMM et sa dimension mondiale sont réaffirmées : « **Assurer des missions internationales, porter les valeurs démocratiques dans le monde** », « **Promouvoir la francophonie** », « **Développer l'innovation numérique** », « **Assurer une présence mondiale tout en développant une stratégie régionalisée** », il est peu probable que les **moyens réellement associés permettent à l'audiovisuel extérieur public d'être au rendez-vous d'une telle ambition**.

Le Comité craint que la pression budgétaire exercée sur France Médias Monde **n'obère sa capacité à assurer pleinement ses missions, à mettre en œuvre les objectifs fixés et à poursuivre son développement** dans un paysage audiovisuel international toujours plus concurrentiel.

Pour rappel, **la dotation de FMM pour 2021 s'élève à 254,7 M€**, quand celle de notre partenaire **Deutsche Welle atteint 365,5 millions et vise les 400 millions d'euros à horizon 2022**. Alors que **BBC World service** a recruté **1100 nouveaux salariés** en 4 ans grâce à une subvention du *Foreign office* (FCDO) et que les budgets des principaux acteurs de l'audiovisuel mondial sont en forte progression (RT, CGTN, Aljazeera...), **France Médias Monde se voit contrainte de procéder à un plan de départ et de réaliser une économie globale de 16 millions** sur la période 2018-2022.

La **multiplication de projets satellites adossés à des financements extérieurs permet de diversifier notre offre et nos formats, mais elle a ses limites et doit venir à l'appui d'un projet qui offre par ailleurs de réelles perspectives de développement aux secteurs et missions** qui constituent **notre cœur de métier**.

Le Comité souligne toutefois le rôle de **l'Aide publique au développement** dans la **consolidation de l'offre en langues étrangères** de France Médias Monde par l'accompagnement d'implantation de **rédactions de proximité** dans des zones prioritaires.

Le Comité déplore une vision technocratique qui prend **insuffisamment en compte la dimension humaine dans les objectifs fixés à l'entreprise**, alors que **l'essentiel de la production est le fruit du travail de ses salariés**. Organisation du travail, gestion des carrières, emploi des jeunes et des seniors, qualité de vie au travail sont en effet absents du projet.

MCD à la recherche d'un nouveau souffle

Le CSE regrette la mise en œuvre d'un plan de départ dans les rédactions de MCD et RFI en anglais et en portugais. **La diminution du nombre de journalistes de la radio arabophone, intervenant de surcroît après la fermeture de son émetteur de Chypre**, interroge sur la pertinence des choix stratégiques opérés et sur l'adéquation des moyens affectés à la zone Afrique du Nord/Moyen-Orient qui **représente pourtant un secteur de développement prioritaire** et un enjeu géopolitique majeur pour la France et donc pour FMM.

Alors que vient de s'achever la **validation des candidatures au départ** dans le cadre du PDV engagé au mois de décembre 2020, le projet, ainsi que l'organisation du travail

qui en découle, ont été **repensés à la hâte pour tenir compte du nombre de postes effectivement supprimés à MCD.**

La **modification de la grille** des programmes, entraînant la **suppression de nombreuses émissions**, doit impérativement s'accompagner d'un **plan de formation** adéquat pour les journalistes amenés à changer de périmètre. Il conviendrait en outre de **clarifier les synergies éditoriales envisagées entre MCD, FRANCE24 ET RFI.**

Le Comité tient à saluer la décision de **diffuser Monte Carlo Doualiya localement sur le territoire français en RNT** qui est effective à Paris et Marseille depuis le mois de février pour les auditeurs équipés d'un récepteur DAB+. **Un premier pas vers une diffusion que l'on espère un jour nationale.**

Transition numérique : une feuille de route sans véritable intention

Alors que l'État nous demande de « **développer l'innovation numérique** », le Comité s'étonne du manque d'ambitions affichées par ce COM et regrette **l'inadéquation entre les objectifs fixés et les moyens alloués** à la poursuite de la transformation numérique de FMM, dans un contexte où les médias doivent constamment s'adapter aux évolutions que connaissent la fabrication et la consommation de leurs contenus.

Malgré les efforts importants de formation et d'adaptation des salariés de FMM, le budget de la société **ne permet pas une stratégie numérique ambitieuse** qui puisse répondre tant aux attentes des ministères de tutelle qu'à celles de publics exigeants. Pendant ce temps, **nos concurrents mènent une offensive tous azimuts sur les plateformes et sont déterminés à innover et investir massivement** pour séduire les publics jeunes et hyper connectés.

Plus regrettable encore, le **développement du numérique se fait au détriment de la diffusion linéaire** qui est progressivement abandonnée. Dans les rédactions en langues étrangères de RFI, ce passage à un format 100 % numérique semble davantage **répondre à un objectif de réduction des coûts de diffusion** qu'à une véritable stratégie d'entreprise.

Il faut pourtant donner une impulsion forte à la **transition numérique** et donner les moyens à **France Médias Monde de surmonter des obstacles encore nombreux** : obsolescence de ses infrastructures, difficulté à innover et exploiter l'intelligence artificielle, une culture « data » encore en gestation, une production de formats nouveaux trop limitée et des synergies toujours insuffisantes entre le linéaire et le

non linéaire. Autant de défis à relever si l'on veut consolider les offres numériques du groupe et leur permettre de gagner du terrain.

Enfin, **le Comité s'étonne d'être consulté sur un COM censé débiter en 2020 mais qui ne couvre en réalité que les années 2021-2022** et prive de fait France Médias Monde de la **visibilité financière et stratégique** à moyen terme lui permettant de **développer sereinement son projet d'entreprise.**

Le **Comité désapprouve la mise en œuvre d'un COM avant l'approbation de celui-ci par le Conseil d'administration.** Il s'inquiète enfin d'une **possible modification à la baisse de la trajectoire budgétaire avant son terme**, en fonction des échéances électorales, comme cela s'est déjà produit lors du précédent Contrat d'objectifs et de moyens.

Compte tenu de ces réserves, le Comité social et économique émet un avis défavorable sur le projet de contrat d'objectifs et de moyens de France Médias Monde pour la période 2020-2022.

Nombre de votants : 21

Voix POUR : 21

Voix CONTRE : 0

Abstentions : 0

Avec 21 voix, la résolution est adoptée à l'unanimité des membres présents et constitue l'avis du CSE.