

UNIVERSITE DE DROIT, D'ECONOMIE ET DES SCIENCES D'AIX-MARSEILLE
FACULTE DE DROIT ET DE SCIENCE POLITIQUE D'AIX-MARSEILLE

Institut de Recherche et d'Etudes en Droit de l'Information et de la Communication
(IREDIC)

LE PROJET DE CREATION D'UNE CHAINE FRANÇAISE D'INFORMATION INTERNATIONALE

Rapport de recherche présenté par Alexandra Venediger

Sous la direction de **M. J.-M. Pontier**

DEA DROIT DES MEDIAS

Aix-en-provence

Année universitaire 2002-2003

SOMMAIRE

INTRODUCTION

CHAPITRE I - LA NECESSITE DE CREER UNE CHAINE D'INFORMATION INTERNATIONALE EN CONTINUE

Section 1 – Une justification de plus en plus évidente

Section 2 – La concrétisation du processus

CHAPITRE II – LA COMPLEXITE DU PROJET DE CREATION D'UNE CHAINE FRANÇAISE D'INFORMATION INTERNATIONALE

Section 1 – Les modalités de création de la chaîne

Section 2 – L'intégration de la chaîne dans le paysage audiovisuel français

INTRODUCTION

Le projet de création d'une chaîne française d'information internationale fut évoqué, pour la première fois, par Alain Decaux¹, lors du discours sur la Francophonie qu'il prononça en 1989. Ainsi, les motivations qui animaient les initiateurs du projet s'inscrivaient principalement dans la volonté de promouvoir la francophonie à l'étranger par le biais de la politique audiovisuelle extérieure de la France.

Afin de mieux appréhender les enjeux du projet de création d'une chaîne française d'information internationale, il convient de s'attarder brièvement sur le contexte de sa gestation, étroitement lié à la notion de francophonie qui en constituait la finalité principale. Le mot de francophonie semble avoir été inventé par le géographe Onésime Reclus (1837-1916) pour désigner « l'ensemble des populations parlant français »². L'idée de francophonie³ que l'on peut définir notamment comme les liens privilégiés entre les hommes et les peuples de langue française, avait disparu de la conscience collective pour ne réapparaître qu'en 1962 dans le numéro spécial de la revue *Esprit* intitulé « Le Français dans le monde »⁴. Cependant, ce n'est qu'en 1986 avec la création d'un secrétariat d'Etat auprès du premier ministre, chargé de la francophonie et lors de la première conférence des chefs d'Etats et de gouvernements ayant en commun l'usage du français qui s'est tenue à Paris la même année, que la francophonie a véritablement pris toute sa dimension. Depuis cette date, le mouvement de promotion de la francophonie s'est traduit par le foisonnement d'initiatives diverses et par la multiplication d'institutions participant à son organisation.

Dans ce contexte d'accélération du mouvement francophone et d'explosion technique et technologique des communications à travers le monde, l'utilisation de l'audiovisuel extérieur comme outil de promotion de la francophonie s'imposait clairement au gouvernement. Dès lors, la mondialisation des programmes télévisuels et radiophoniques français et francophones a pu être réalisée par le biais notamment de TV5, CFI et RFI, les trois principaux opérateurs

¹ De juin 1988 à 1991, Alain Decaux fût ministre délégué auprès du ministre des affaires étrangères, chargé de la francophonie.

² DENIAU X., « *La Francophonie* », Que sais-je ?, PUF, 5^{ème} édition, Paris, 2001, p. 10.

³ Il est impossible de réduire la francophonie à une définition unique compte tenu des multiples acceptions que cette notion a connu depuis son origine.

⁴ DENIAU X., « *La Francophonie* », op. cit., p. 11.

français de l'audiovisuel extérieur. En outre, de 1989 à 1998, la création d'une chaîne française d'information internationale fut envisagée à plusieurs reprises. La première tentative fût celle engagée par France 2 qui voulait lancer une version internationale du flux d'information de sa chaîne. Toutefois, cette proposition fût écartée à deux reprises en 1990 et 1993. Trois ans plus tard, Alain Juppé relance le projet et nomme le Président de Radio France Internationale (RFI), Jean-Paul Cluzel, à la tête de Télé France Internationale (Télé FI), holding regroupant les chaînes de télévision à vocation internationale, avec pour mission de démarrer dès le mois de juin 1997 « une vitrine de la France ». Des partenariats sont alors envisagés avec d'autres opérateurs mais la première tentative sera abandonnée avec la dissolution du gouvernement. En avril 1998, le ministre des affaires étrangères annonce la création d'un « grand journal d'information international diffusé quotidiennement par TV5 plusieurs versions sous-titrées en anglais et en espagnol », mais la diffusion de ce journal, conçu par France 2, fût interrompue en août 1998, après seulement quatre mois d'existence, faute de succès.

Alors que le projet semblait complètement abandonné, ce dernier a été relancé par le président Jacques Chirac à l'occasion du discours qu'il a prononcé devant le Haut conseil de la Francophonie le 12 mai 2002. Cependant, bien que la création d'une chaîne française d'information internationale, communément appelée la « CNN à la française » constitue une étape essentielle et nouvelle dans la promotion de la francophonie, d'autres objectifs semblent aujourd'hui s'être greffés à la finalité initiale.

L'affirmation de la France sur la scène internationale par le biais d'une représentation médiatique efficace constitue à présent la principale motivation qui anime les partisans de la nouvelle chaîne. Cependant, si les justifications à la création d'une chaîne française d'information internationale sont de plus en plus évidentes (Chapitre I), ce projet, qui constitue pour le président de la République « une ambition légitime pour notre pays »⁵, demeure néanmoins un pari ambitieux et complexe (Chapitre II).

⁵« Jacques Chirac formule ses vœux pour les médias », *Le Monde*, 11 janvier 2003.

CHAPITRE 1 : LA NECESSITE DE CREER UNE CHAINE D'INFORMATION INTERNATIONALE EN CONTINUE

Conscient de la vulnérabilité des opérateurs français et de l'importance d'une représentation médiatique au niveau international, le président de la République Jacques Chirac a évoqué, au cours de ses vœux à la presse, le 9 janvier 2003, son « désir de voir la France d'avantage présente dans la bataille des images »⁶. En effet, une vision du monde « à la française » fait aujourd'hui défaut dans le paysage audiovisuel international. C'est pourquoi, face au développement rapide des nouvelles technologies de communication comme le satellite, le câble, l'Internet ou encore l'apparition du numérique, la France se devait de réagir et d'adapter ses outils de communication à la nouvelle configuration du marché de l'audiovisuel mondial. Compte tenu de l'opacité et de l'inefficacité des instruments de l'audiovisuel extérieur français, la création d'une chaîne française d'information internationale s'impose comme une évidence (Section I) et le gouvernement semble plus que jamais déterminé à tout mettre en œuvre pour concrétiser ce projet (Section II).

SECTION 1. UNE JUSTIFICATION DE PLUS EN PLUS EVIDENTE

Afin d'affirmer sa position sur la scène internationale, la France doit se munir, dans le cadre d'une réforme du secteur de l'audiovisuel extérieur, d'un outil de communication internationale performant.

§.1 - L'affirmation de la France sur la scène internationale

Dotée d'instruments de politique audiovisuelle de plus en plus remis en cause, la nécessité pour la France d'affirmer sa position au niveau international s'est accrue avec la transformation du paysage audiovisuel international face aux évènements politiques et diplomatiques de cette dernière décennie.

⁶« Jacques Chirac formule ses vœux pour les médias », *Le Monde*, 11 janvier 2003.

A. La transformation du paysage audiovisuel international

La prédominance de certains opérateurs étrangers dans le paysage audiovisuel international ainsi que l'apparition récente de nouvelles chaînes d'information continue n'ont pas été sans incidence sur la relance du processus de création d'une chaîne française d'information internationale et ne seront pas sans conséquence sur sa concrétisation.

a) La prédominance de certains opérateurs internationaux

Depuis la première guerre du golfe, la prolifération des chaînes transmises par câble et satellite et l'avènement d'Internet ont largement accru le nombre de sources d'information et l'accès immédiat à l'actualité.⁷ Désormais, la scène médiatique internationale est largement dominée par des opérateurs anglo-saxons tels que CNN, BBC World, Skynews. Cependant, d'autres opérateurs internationaux, qui n'émettent pas en anglais, sont également présents sur le devant de la scène. C'est le cas de la chaîne qatarienne Al Jaazira dont les programmes sont diffusés en arabe. Fondée seulement en 1996, elle a acquis auprès des dirigeants et des populations du monde arabo-musulman un niveau de notoriété rarement atteint parmi les médias occidentaux, qui citent fréquemment ses bulletins dans leurs propres reportages.

Tandis que certains opérateurs se partagent la scène médiatique internationale, il existe, au niveau européen, des chaînes télévisées également consacrées à l'actualité. C'est le cas, notamment, de la chaîne Euronews qui fut créée en 1989 par l'Union Européenne de Radiodiffusion (UER), dans le cadre du développement d'un espace audiovisuel européen de service public. L'existence d'Euronews a d'ailleurs constitué un argument en défaveur du projet de création d'une chaîne française d'information internationale. Toutefois, bien qu'Euronews soit une chaîne de télévision satellite essentiellement consacrée à l'actualité et diffusée à l'attention des téléspectateurs de la zone européenne de radiodiffusion, elle ne peut véritablement constituer un obstacle au projet défendu par le gouvernement, compte tenu des différences d'audience existant entre les deux chaînes.

b) L'apparition de nouvelles chaînes d'information continue

⁷ « La CNN à la française laisse les Anglo-Saxons dubitatifs », *Courrier International*, n° 649, du 10 au 16 avril 2003, p. 12.

Comme le souligne le rapport de la mission d'information commune de l'Assemblée nationale, certaines chaînes d'information continue sont apparues au grès des événements internationaux, comme ce fût le cas pour les chaînes arabes Al Jaazira et Al Arabiya pendant la guerre du Golfe et les attentats perpétrés le 11 septembre 2001 aux Etats Unis, ainsi que la chaîne allemande Deutsche Welle, diffusée par satellite dans le monde entier. Le succès de ces chaînes est, en partie, dû aux ressources humaines et financières élevées dont elles disposent. En effet, ces chaînes possèdent des réseaux de correspondants très développés et des budgets qui dépassent largement ceux des opérateurs français présents sur la scène internationale⁸. Ainsi, les écarts de moyens dont disposent les différents opérateurs sont une des raisons pour lesquelles les médias français ne font pas le poids face à leurs concurrents américains et arabes sur la scène internationale et plus particulièrement dans la région du Moyen Orient. Cependant, leur succès ne dépend pas uniquement des moyens investis par ces nouvelles chaînes. Ces dernières ont su répondre aux attentes des différents publics dans le monde, qui, grâce au développement du satellite, reçoivent une multitude de chaînes qu'ils peuvent aisément mettre en concurrence. Ainsi, depuis la première guerre du Golfe, face à la demande croissante du public en matière d'informations internationales, les chaînes d'information en continue ont su fournir un contenu éditorial adapté.

B. L'évolution du contexte diplomatique international

L'interdépendance croissante entre la diplomatie et la communication est clairement illustrée, en France, par la collaboration accentuée entre les différents ministères tels que le ministère des affaires étrangères et celui des affaires culturelles, familiales et sociales. Dans un contexte diplomatique des plus délicats pour la France et en constante évolution, l'importance d'une représentation médiatique internationale n'a jamais été ressentie de façon aussi cruciale. En outre, l'incapacité de l'Europe à s'exprimer d'une seule voix est une raison supplémentaire pour le gouvernement français de créer une chaîne nationale permettant à la France de s'exprimer plus fréquemment sur la scène diplomatique internationale. Néanmoins, certaines réserves ont été émises par Jean Jacques Aillagon, ministre des affaires étrangères, concernant la future chaîne d'information internationale. Ce dernier veut éviter, comme beaucoup d'autres, que cette nouvelle chaîne ne devienne la voix du gouvernement et ne porte préjudice à la diplomatie française. La nouvelle chaîne devra informer le monde de la position de la

⁸ *Le Monde*, 25 mars 2003.

France et « contribuer à une stratégie durable d'influence de la France dans le monde ». L'incertitude qui existe quant aux contours de la mission réelle de la chaîne risque de compliquer sa mise en place voire de limiter ses chances de réussite.

Cependant, l'importance d'une représentation médiatique au niveau international est un enjeu culturel important qui dépasse la simple dimension diplomatique et jusqu'à présent, la France a fait preuve d'une certaine léthargie en la matière. A cet égard, Jean-Claude Dassier, directeur général de LCI., déplore le fait que la France ait toujours déserté le domaine des chaînes d'information : « la France a un point de vue culturel et politique qui doit pouvoir s'exprimer à l'étranger », or il n'existe pas, à l'heure actuelle, de chaîne qui soit capable de véhiculer la vision de la France de manière efficace à travers le monde. De même, Jean Cluzel, « Le temps nous est désormais compté pour survivre culturellement avec l'apparition du numérique et de satellites ».⁹

Si la volonté d'affirmer la position de la France au niveau international justifie la création d'une chaîne française d'information internationale, ce projet doit nécessairement s'inscrire dans le cadre d'une réforme de la politique audiovisuelle extérieure de la France pour avoir une réelle efficacité.

§.2 - La réforme de la politique audiovisuelle extérieure de la France

L'audiovisuel extérieur, qui assure une promotion permanente de la France dans des millions de foyers à travers le monde, s'enferme dans la bureaucratie d'un service public qui lutte seul, sans moyens conséquents et en dépit des sommes déjà investies contre de redoutables concurrents de conception plus marketing tels que CNN, BBC World et SKYNEWS. Ainsi, face à l'incohérence de l'audiovisuel extérieur français et à la faiblesse des opérateurs français sur la scène internationale, plusieurs projets ont été envisagés dont la création d'une chaîne française d'information internationale. Les partisans de la création d'une telle chaîne sont nombreux mais les motivations qui les animent ne sont pas les mêmes. Certains, comme le syndicat de la Confédération Générale des Travailleurs (CGT) voient dans cette chaîne un moyen de restaurer le service public audiovisuel français « face aux dérives marchandes qui

⁹ Propos rapportés par Louis DEVERNOIS in "Le français cherche sa place dans le monde", communication de la Commission de l'enseignement de la culture et de l'information du CSFE, 24 février 2003, <http://geocities.com/csfeinfos/csfeinfos/31/communic.htm>

confondent spectacle et droit d'informer, information et communication »¹⁰, tandis que d'autres y voient plutôt l'occasion de concurrencer les opérateurs américains sur le marché international de l'information. Cependant, tous s'accordent à dire qu'un tel projet doit nécessairement s'intégrer dans le cadre d'une réforme de l'audiovisuel extérieur français.

A. Incohérence de la politique audiovisuelle extérieure

Déjà en 1992, la Cour des comptes avait souligné le « manque de cohérence et d'absence de vision stratégique de la politique audiovisuelle extérieure » de la France. Dix ans après, la situation est identique. La Cour des comptes constate que « la politique [audiovisuelle extérieure est encore] trop éclatée entre les multiples instruments (...) ». A cet égard, elle émet de vives critiques à l'encontre des acteurs nationaux dans l'action audiovisuelle extérieure de la France, dont la coexistence représente, selon elle, une déperdition d'énergie et de ressources publiques. En effet, La Cour des comptes déplore la faiblesse des résultats en terme d'audience malgré une croissance continue des dotations publiques aux opérateurs de l'action audiovisuelle extérieure¹¹.

Dans l'optique de la création d'une chaîne française d'information internationale, la Cour des comptes, qui prescrit une plus grande cohérence et une collaboration plus efficace entre les opérateurs nationaux, estime également qu'une véritable politique d'action audiovisuelle extérieure devrait être définie en y impliquant Radio France et France Télévisions.

B. Faiblesse des opérateurs français sur la scène internationale

Dans la lutte médiatique internationale, la France combat en situation d'infériorité face aux médias anglo-saxons et américains. Elle ajoute à la faiblesse de sa langue moins parlée dans le monde que l'anglais, celle de ses journaux comme de ses chaînes de télévision qui n'ont pas réellement percé au niveau international.

L'Agence France Presse souffre depuis plusieurs années d'une mauvaise gestion, tandis que TV5 est loin d'atteindre le rayonnement médiatique de CNN et de la BBC. En effet, TV5

¹⁰ « La CGT pour une 'CNN à la française' dans un pôle public de l'information », *Le Monde*, 11 avril 2003.

¹¹ Les dotations publiques, qui proviennent en majorité du ministère des affaires étrangères, sont passées de 192,65 millions d'euros en 1997 à 223,92 millions d'euros en 2002.

connaît d'importantes difficultés et a fait l'objet de nombreuses critiques. La principale critique tient au fait que TV5 ne répond plus aux attentes du public, son catalogue de programmes ayant été souvent qualifié d'obsolète et de redondant au point que, pour les auteurs les plus pessimistes, cette situation risquerait de la condamner définitivement en l'absence de transformation de la chaîne. De son côté, RFI, qui a su s'imposer en Afrique, n'est pas encore parvenue à établir son radio journalisme dans le reste du monde.

Malgré ses faiblesses et ses incohérences qui tendent à le discréditer, l'audiovisuel extérieur français conserve toute son utilité et sa raison d'être face à la concurrence médiatique internationale de plus en plus rude, et nombreux sont ceux qui voient dans le projet de création d'une chaîne française d'information internationale, l'occasion de restaurer une certaine crédibilité.

SECTION 2. LA CONCRETISATION DU PROCESSUS

Depuis le discours prononcé par le président de la République Jacques Chirac devant le Haut Conseil à la Francophonie en février 2002, qui a relancé le processus de réflexion autour du projet de création d'une chaîne d'information internationale, les travaux se sont nettement accélérés et, comme on pouvait s'y attendre, ce projet a attiré les convoitises du secteur public et du secteur privé qui ont répondu présents à l'appel à candidature lancé par le gouvernement en mars 2003.

§.1 - Les travaux en cours

Depuis plusieurs mois, les travaux de réflexion sur la création d'une chaîne française d'information internationale semblaient être conduits en ordre dispersé. En effet, tandis que l'Assemblée nationale créait une mission d'information commune, le gouvernement lançait, de son côté, un appel à candidature envers les différents opérateurs français pour l'attribution du projet de création de la chaîne d'information internationale. A présent, les différents intervenants semblent disposer à mettre en commun leurs efforts.

A. La mission d'information de l'Assemblée nationale

Alors que le gouvernement avait déjà installé, depuis quelques mois, un groupe de travail confidentiel regroupant des représentants du ministère des affaires étrangères, du ministère de la culture et de la communication ainsi que des professionnels de la télévision, l'Assemblée nationale décida, en toute hâte, de créer une mission d'information commune sur la création d'une télévision française d'information internationale. Les travaux débutèrent le 14 janvier 2003 sous la présidence du député François Rochebloine. Cette mission, qui poursuit à l'heure actuelle ses travaux de réflexion, a pour objectif de s'interroger sur le format de la future chaîne et sur l'organisation de l'opérateur qui en aura la charge¹². et de fournir au gouvernement un examen détaillé et précis de la situation. Dans cet optique, la mission parlementaire a procédé à un grand nombre d'auditions de responsables et dirigeants des principaux acteurs du secteur de l'audiovisuel et effectué plusieurs déplacements auprès des opérateurs étrangers concernés par le projet.

Le 14 mai 2003, la mission parlementaire a rendu ses premières recommandations publiques après avoir adopté à l'unanimité un « rapport d'étape » destiné à fournir au gouvernement les informations nécessaires à l'élaboration d'un projet d'une telle complexité. Dans ce rapport, les parlementaires préconisent la création par la loi d'un groupement d'intérêt public (GIP) qui permettrait de regrouper au sein d'une nouvelle entité unique et autonome assurant une mission d'intérêt général baptisée Canal France International 24 (CFI 24) des opérateurs publics, des chaînes internationales mais aussi des entreprises privées.

B. La consultation publique lancée par le gouvernement

Le 19 mars 2003, le gouvernement lança une consultation publique ayant pour principal objectif de permettre aux pouvoirs publics de prendre connaissance, dans le cadre d'un calendrier déterminé, et dans la plus totale confidentialité, des différents projets existants. Le gouvernement envisage le lancement de la chaîne au cours de l'année 2004. Un tel échéancier suppose un jugement rapide dans l'attribution de la chaîne à un opérateur avant de pouvoir envisager une éventuelle inscription du projet pour le débat sur la loi de finance 2004. La cadence soutenue des travaux pourrait toutefois être ralentie par le gouvernement lui-même, ce dernier ayant précisé qu'il s'accorde une large marge de manœuvre dans l'étude des dossiers de candidature et qu'il se réserve le droit de tous les refuser.

¹² Voir comptes rendus des travaux de la mission d'information commune du 20 janvier 2003, http://www.assemblée-nat.fr/12/dossiers/mic_televisiion_comptes-rendus.asp

§.2 - Les candidats officiels

Le dépôt des dossiers de candidature s'est effectué le 22 avril 2003 auprès de la Direction du développement des médias placée sous l'autorité du premier ministre et chargée de rassembler les différentes offres. Les groupes TF1, Canal + Vivendi ainsi que les opérateurs publics France Télévisions et Radio France International (RFI) sont les candidats officiels au projet de création d'une chaîne d'information en continue. Seul le groupe public, qui travaille sur le projet depuis plus d'un an, a proposé une offre exclusive, sans aucun partenariat avec le privé, alors que les chaînes privées TF1 et Canal + ont envisagé une collaboration avec les opérateurs publics de l'audiovisuel. En effet, les deux candidats soulignent l'insuffisance des revenus publicitaires et l'impossibilité d'asseoir le financement de ce projet sur des fonds exclusivement privés. Dans cette perspective de financement mixte, TF1 et Canal + n'ont pas communiqué leur budget prévisionnel.

De son côté, l'Agence France Presse (AFP) a indiqué qu'elle a fait des propositions de services chiffrées à tous les opérateurs, publics et privés, dans le but de contribuer au projet en tant que fournisseur de contenu. A cet égard, afin de répondre à la finalité d'une chaîne d'information internationale, l'AFP envisage de diversifier les prestations qu'elle propose en fournissant des produits audiovisuels de langues étrangères, plus adaptés au marché international de l'audiovisuel.

A. Le partenariat France Télévisions - RFI

Les opérateurs publics France Télévisions et RFI se sont alliés pour présenter un projet commun de chaîne d'information internationale regroupant les principaux acteurs publics de l'audiovisuel en France tels que l'AFP, Canal France International (CFI), Euronews, Radio France Outre mer (RFO), TV5, La Chaîne Parlementaire, Public Sénat et TVFI, dans lequel ils ont pour ambition « d'offrir dans un premier temps à un large public d'étrangers francophones et de français notamment expatriés un regard original sur l'actualité internationale »¹³. Le projet du groupe audiovisuel se veut entièrement public et sera articulé autour des moyens conjoints des deux partenaires notamment en ce qui concerne le réseau des

¹³ <http://afp-direct.com>

correspondants étrangers. Les deux chaînes ont présenté un budget compris entre quarante et cinquante millions d'euros par an. Ainsi, l'importance des moyens rédactionnels et financiers du groupe constitue un atout essentiel face aux autres candidats.

B. La proposition émise par la chaîne télévision TF1

Le projet du groupe TF1 s'appuie sur l'expérience acquise depuis neuf ans par la chaîne d'information en continue LCI, qui se veut désormais la troisième chaîne derrière TF1 et France 2 et dont l'audience a été multipliée par dix pendant le conflit américano-britannique en Irak, si l'on en croit les analyses du bouquet satellitaire TPS¹⁴. Cette performance est la preuve de la confiance que les téléspectateurs vouent à un opérateur privé spécialisé dans la fourniture d'informations en continue, ce qui permet à la chaîne de se projeter dans l'avenir avec confiance en particulier pour affronter la compétition en vue de la création d'une chaîne française d'information internationale. A cet égard, le directeur général de LCI, Jean Claude Dassier, propose notamment la création d'une « société commune public-privé » associant LCI à France 2 et RFI, dans laquelle chaque opérateur détiendrait cinquante pour cent des parts. L'originalité du projet tient à la répartition des contributions, dans laquelle le programme de la chaîne serait basé sur celui de LCI tandis que l'opérateur public apporterait son réseau de correspondants.

C. Le projet du groupe Canal + - Vivendi Universal

Le groupe Canal + propose d'utiliser les acquis de sa chaîne d'information en continu Itélé et met en avant le savoir faire de la plate-forme « Multithématiques » pour l'édition de chaînes à l'international. Le groupe insiste également sur ses capacités de distribution grâce à sa filiale « Média Overseas » qui lui permet d'avoir un rayonnement international dans les quarante sept pays couverts par son réseau. Autant d'avantages qui permettent, selon le groupe, « de réaliser des synergies et d'amender le coût du projet »¹⁵. Par ailleurs, Canal + semble enclin à mettre en place un partenariat avec des opérateurs publics notamment en ce qui concerne la responsabilité éditoriale de la future chaîne.

¹⁴ Voir « Le Journal du dimanche », 30 mars 2003.

¹⁵ Propos rapportés par P.GONZALÈS in « Coup d'envoi de la chaîne d'information française internationale », *Le Figaro*, 23 avril 2003.

CHAPITRE 2 : LA COMPLEXITE DU PROJET DE CREATION D'UNE CHAINE D'INFORMATION INTERNATIONALE EN CONTINUE

La cadence accélérée des travaux de réflexion des différents intervenants illustre la détermination du gouvernement à finaliser ce projet. Cependant, la création d'une chaîne d'information internationale est une entreprise difficile dans laquelle de nombreux gouvernements ont échoué, comme en témoigne la succession de tentatives qui ont avorté dans le passé. Afin que ce projet ne fasse pas, à son tour, l'objet d'un échec, le gouvernement devra agir avec précaution compte tenu des difficultés et des choix à effectuer. Les enjeux d'un tel pari sont multiples et sa complexité tient, d'une part, aux modalités de création de la chaîne (Section 1), d'autre part, à son intégration dans le paysage audiovisuel français (Section 2), gage de la réussite du projet.

SECTION 1. LES MODALITES DE CREATION DE LA CHAINE

Dans sa consultation publique, le gouvernement définit l'objectif principal assigné à la nouvelle chaîne. Ainsi, selon le gouvernement, elle aura vocation à assurer à la France une présence plus importante sur le marché international de l'audiovisuel et à contribuer au pluralisme de l'information internationale. La chaîne d'information internationale devra ainsi contribuer à une stratégie durable d'influence de la France dans le monde. Le gouvernement précise également les modalités de création de la chaîne, qu'il lui appartiendra de déterminer après avoir examiné les différentes propositions.

§.1 - Le cahier des charges de la nouvelle chaîne

A l'appui de sa consultation le gouvernement a rédigé un cahier des charges de trois pages, dans le but de cadrer les schémas proposés par les candidats jusqu'à présent trop flous, qui détaille avec une précision assez variable les données stratégiques du projet. Ainsi, dans leurs propositions, les candidats devaient impérativement respecter un certain nombre

d'obligations et de priorités. A titre d'exemple, s'agissant de la diffusion de la chaîne, la priorité devait être donnée, dans un premier temps, aux pays arabes, européens et africains. Quant à la langue, le français est prioritaire, mais l'emploi de l'anglais, l'espagnol et l'arabe était également envisagé par le gouvernement. A cet égard, les candidats devaient préciser les conséquences de l'usage d'autres langues. Le cahier des charges imposait également des règles précises quant au traitement de l'actualité et obligeait les candidats à prévoir un traitement quotidien de l'information tout en laissant une place importante à des magazines relatifs à l'actualité culturelle et économique., Les modes de diffusion, le public visé et les moyens mobilisables devaient aussi être conformes au cahier des charges.

Tout en respectant ce cahier des charges, les candidats ont déposé des propositions très différentes, compliquant un peu plus la tâche du gouvernement dans les choix à effectuer.

§.2 - Les difficultés rencontrées et les choix à effectuer

La viabilité à long terme de la chaîne dépend des choix stratégiques que le gouvernement va devoir effectuer. C'est tout l'enjeu de ce pari. La mission d'information commune a identifié, dans son rapport d'étape, une première série de difficultés d'ordre juridique, commerciale, financière et technique, pour lesquelles elle a proposé une série de solutions.

A. Les difficultés d'ordre juridique

Les modalités de fonctionnement de la future chaîne dépendent étroitement de son statut et de sa structure juridique. La répartition des tâches, la gestion et la diffusion des programmes, le statut du personnel sont autant de considérations qui ne pourront être définies qu'en fonction de la forme adoptée. Toutefois, au-delà des considérations liées au fonctionnement de la nouvelle entité, le gouvernement doit prendre en compte la situation des opérateurs de l'audiovisuel public et de l'extérieur.

a) Le choix d'un statut juridique approprié aux particularités de cet opérateur

La principale difficulté liée au choix d'un statut juridique approprié tient au fait que la mission d'intérêt général de la chaîne sera certainement confiée à des opérateurs publics mais également à des opérateurs relevant du droit privé.

En effet, l'idée d'un partenariat entre opérateurs publics et privés, français et étrangers au sein de la nouvelle entité a été envisagée à la fois par les candidats et par le gouvernement. Dans cette hypothèse, le statut juridique de la future chaîne devra être suffisamment souple pour permettre d'optimiser l'apport de chacun des opérateurs tout en préservant un certain équilibre, car il ne s'agit pas de privilégier un opérateur en particulier en lui donnant la maîtrise totale de la chaîne. Dans cette optique, la mission d'information commune a proposé, dans son rapport d'étape, la constitution d'un groupe d'intérêt public (GIP) regroupant, au sein d'une entité unique assurant une mission d'intérêt général, des opérateurs publics comme France télévisions, RFI, RFO, ARTE France et l'AFP, des structures internationales comme TV5 et Euronews et des entreprises privées comme LCI ou Itélé.

La mission parlementaire met en avant les nombreux avantages que comporte la constitution d'un GIP et considère, à cet égard, que le statut de GIP offre les garanties suffisantes pour assurer le bon fonctionnement de la future chaîne compte tenu des règles qui régissent ce type d'entité. En effet, un GIP repose sur les principes de liberté des membres, de majorité publique, de totalité et de proportionnalité. La nouvelle chaîne, constituée sous forme de GIP, serait en mesure de disposer d'un capital propre ainsi que de la personnalité morale tout en bénéficiant des apports de chaque opérateur.

L'ensemble de ces considérations justifie, donc, la constitution d'un GIP. Néanmoins, la proposition faite par la mission parlementaire paraît ambitieuse. Si le statut du GIP semble a priori approprié, on peut cependant s'interroger sur la nécessité et les dangers de créer une association aussi vaste. On peut se demander si la confrontation d'un aussi grand nombre d'opérateurs ne risque pas de générer des conflits internes. Ne vaudrait-il pas mieux limiter le nombre de partenaires afin d'éviter des conflits semblables à ceux qui sont à l'origine du disfonctionnement de l'audiovisuel public français ? La structure juridique choisie peut aussi constituer une source de rivalités entre les différents membres de la chaîne.

b) La détermination d'une structure juridique adaptée

Compte tenu de la forte concurrence présente sur le marché de l'information internationale, la future chaîne devra être capable de fournir un contenu éditorial de très grande qualité si elle veut pouvoir concurrencer les opérateurs étrangers et acquérir une véritable crédibilité. Dans

cette optique, une structure permettant une exploitation maximale des capacités éditoriales de chaque opérateur s'impose. La mission parlementaire a d'ailleurs suggéré la mise en place d'une structure double organisée autour de deux filiales du GIP qui conservera le nom de CFI. La nouvelle entité serait composée, d'une part, d'une banque d'images et de programmes, appelée CFI- Images et chargée de la collecte de l'information, d'autre part, d'une société éditrice, dénommée CFI-24 et responsable de l'organisation de l'information et de sa mise à l'antenne.

Il convient de remarquer que les appellations CFI, CFI-24 et CFI-Images proposées par la mission ont l'avantage, comme elle le souligne elle-même, de constituer une « marque » internationale, compréhensible en français mais également en anglais. Le choix du nom revêt une grande importance si l'on veut que la chaîne acquiert une reconnaissance au niveau international.

S'agissant de la structure imaginée par la mission parlementaire, la banque d'images serait alimentée par l'ensemble des partenaires du GIP ou par des producteurs extérieurs, tandis que la société éditrice serait principalement constituée d'une équipe éditoriale regroupant deux cent personnes issues des équipes éditoriales de TV5, de l'AITV et de France Télévisions. Cependant, la mission ne semble pas envisager le recrutement d'équipes éditoriales provenant des opérateurs privés, malgré les propositions émises par ces derniers. De toute évidence, les motivations de la mission dans le choix de cette structure vont bien au-delà de la recherche d'une structure équilibrée entre les différents opérateurs. En effet, la mission parlementaire estime que la création d'une chaîne française d'information internationale fournirait au gouvernement une bonne occasion de procéder à un recentrage des opérateurs publics, CFI et TV5, vers leurs activités initiales et à une restructuration de l'audiovisuel extérieur français en général.

Au-delà des aspects purement juridiques du projet, le gouvernement va devoir résoudre des difficultés d'ordre technique et particulièrement le choix de la langue de diffusion et de la ligne éditoriale à suivre.

B. Les difficultés liées au contenu de la future chaîne

a) Le choix difficile de la langue de diffusion

S'agissant du choix de la langue de diffusion, cela pose le problème plus délicat de la définition de la vocation réelle de la future chaîne: doit-on la concevoir comme un outil de défense de la francophonie ou bien comme un vecteur de diffusion de la vision française du monde à destination de publics très variés ? Dans la première hypothèse, l'utilisation du Français à titre exclusif s'impose, tandis que dans la seconde hypothèse, la diversité des publics auxquels s'adressera la nouvelle chaîne implique nécessairement l'usage de plusieurs langues.

Pour mieux appréhender les difficultés inhérentes au choix de la langue de diffusion, il est important de rappeler que l'idée de créer une chaîne française d'information internationale avait germé dans le terreau de la francophonie. Or, selon ses défenseurs, le choix de l'anglais serait une solution de facilité, purement stratégique, qui permettrait certes de concurrencer les opérateurs étrangers mais qui n'assurerait en aucun cas la promotion de la francophonie. Cependant, nombreux sont ceux qui s'accordent à dire que la vocation de la chaîne ne se limite plus, à présent, à la défense de la francophonie, qui seule justifie une utilisation exclusive de la langue française.

D'autre part, si l'on se place du point de vue du rayonnement médiatique de la chaîne à travers le monde, le recours à d'autres langues est incontournable. Il y a, aujourd'hui, dans le monde un peu plus de 169 millions de francophones, soit 3,2 % de la population mondiale. En comparant ces chiffres au nombre de foyers touchés par des chaînes d'information internationales concurrentes comme CNN international ou BBC World¹⁶, il apparaît clairement que si la chaîne française d'information internationale veut acquérir une véritable influence mondiale, elle ne peut se limiter à l'usage d'une seule langue au titre de la défense de la francophonie. Cette position, partagée par la majorité des intervenants au projet, a été confirmée par les parlementaires qui ont donné la priorité au contenu éditorial et au message culturel véhiculé par la chaîne plutôt qu'à la langue choisie pour bâtir son identité française. Ils ont rappelé à cet égard, que la mission de diffusion et de défense de la francophonie incombe à TV5.

b) Les risques liés à la ligne éditoriale

¹⁶ Selon le rapport de la mission d'information commune de l'Assemblée nationale, les chaînes CNN et BBC World couvrent aujourd'hui respectivement 161 millions et 254 millions de foyers dans le monde.

S'agissant de la ligne éditoriale, il ressort clairement des propos tenus par le Président de la République, par le ministre des affaires étrangères, par les parlementaires ainsi que par tous les autres intervenants au projet de création de la chaîne, y compris ses opposants, que celle-ci ne doit être, en aucun cas, identifiée comme « la voix de la France ». La chaîne ne doit donc pas être conçue comme un outil au service exclusif de la diplomatie française.

Cette affirmation empreinte de certitude dissimule une des interrogations majeures du projet, tenant à la détermination de la ligne éditoriale à suivre. Selon le Ministre de la Culture, Jean-Jacques Aillagon, la future chaîne ne devra être « ni servile, ni hostile ». En effet, sans devenir un outil médiatique de propagande, la nouvelle chaîne devra, au-delà de la position diplomatique de la France, transmettre le plus fidèlement possible la diversité culturelle, sociale et politique du pays ainsi que la vision des français sur le monde. Cependant, comme le rappelle la mission parlementaire, la France a la réputation d'être un « familier de l'interventionnisme dans tous les secteurs, y compris celui des médias ». Or, un traitement trop officiel ou déséquilibré de l'information par la chaîne la priverait immédiatement de toute crédibilité. Un des enjeux qui semble se profiler pour ce nouvel outil de communication sera donc de préserver son indépendance et son objectivité face au pouvoir politique et diplomatique.

Comme le souligne le quotidien australien *The Age*¹⁷, l'indépendance du discours éditorial vis à vis du pouvoir politique constitue un gage de réussite de la chaîne auquel il convient d'ajouter la solidité de sa commercialisation et de son financement.

C. Les difficultés liées à la commercialisation et au financement

a) Les modalités de financement de la nouvelle chaîne

Tous les intervenants au projet s'accordent à dire que la création d'une chaîne d'envergure internationale nécessite la mise en œuvre de moyens financiers importants. Cependant, la mission parlementaire a également souligné la difficulté de chiffrer précisément le coût total du projet. A ce stade du projet, cette dernière envisage la mobilisation de 80 à 100 millions

¹⁷ « La CNN à la française laisse les Anglo-Saxons dubitatifs », *Courrier International*, n° 649, du 10 au 16 avril 2003, p. 12.

d'euros en complément des contributions éventuelles en nature des différents partenaires, ce qui a été jugé insuffisant par un grand nombre de personnes travaillant sur le projet. En effet, le budget prévu par la mission se situe très en dessous des sommes dont disposent les futurs concurrents. En effet, le budget annuel de CNN approche 1,6 milliard de dollars, tandis que le budget de BBC world est évalué à 70 millions d'euros en plus des prestations considérables fournies par BBC et BBC News. Enfin, celui de la chaîne d'information continue allemande récemment créée, Deutsche Welle, atteint 121,5 millions d'euros.

L'insuffisance du budget prévu par la mission est d'autant plus préoccupante que l'on peut difficilement compter sur des ressources provenant des professionnels de la publicité, peu enclins à investir dans des chaînes d'information internationale tant que celles-ci n'ont pas fait la preuve d'un certain niveau d'audience ou les recettes issues des abonnements et des ventes de programmes qui resteront marginales dans les premiers temps.

Dans l'hypothèse d'un financement de nature essentiellement publique, qui semble être la solution envisagée par les parlementaires, les ressources dont disposerait la chaîne proviendraient principalement de subventions de l'Etat et, à titre complémentaire, de la redevance audiovisuelle, ce qui risque, dans le futur, de poser le problème délicat de l'intervention de plusieurs ministères dans le financement.

b) Les obstacles à la diffusion et à la distribution de ce nouveau média

S'agissant de la diffusion de la chaîne, les obstacles techniques sont nombreux et tiennent notamment au fort encombrement des réseaux de distribution en technologie analogique et la règle du « must carry » appliquée dans de nombreux pays. De plus, ce projet intervient dans un contexte économique plutôt fragile et caractérisé par une diminution de la rémunération des chaînes par les opérateurs. Cependant l'importance de ces obstacles dépendra très largement des options de commercialisation choisies par la chaîne. L'impact de la diminution des rémunérations sera moindre si la chaîne adopte une stratégie commerciale orientée vers une diffusion gratuite et un financement public plutôt qu'une logique plus commerciale. C'est d'ailleurs un des points essentiels que le président de Canal +, Bernard Méheut n'a pas

manqué de souligner dans sa proposition dans laquelle il rappelle que « pour qu'une chaîne d'information en continu ait une chance d'être visible, il lui faut être gratuite »¹⁸.

La difficulté de l'exercice tient à la nécessité de respecter ces impératifs tout en intégrant de manière efficace ce nouveau média dans le paysage audiovisuel français actuel.

SECTION 2. L'INTEGRATION DE LA CHAINE DANS LE PAYSAGE AUDIOVISUEL FRANÇAIS

Ainsi que le rappelle le gouvernement dans sa consultation publique, la chaîne française d'information internationale devra s'insérer harmonieusement dans le paysage audiovisuel et particulièrement celui de l'audiovisuel extérieur. L'intégration de la chaîne dépend étroitement de la configuration actuelle de l'audiovisuel français qui apparaît fortement contrastée.

§.1 - Les contrastes du paysage audiovisuel français

A. Une grande variété d'avantages et de richesses.

Un des avantages majeurs du paysage audiovisuel français réside à la fois dans la diversité des opérateurs qui le composent mais surtout dans la diversité des qualités et des richesses que ces derniers présentent. A l'issue de l'audition des représentants de ces chaînes, la mission d'information a estimé que toutes ont une bonne connaissance du marché international de l'information, ce qui est primordial pour la création d'une nouvelle chaîne d'information continue. Tandis que la chaîne TV5 dispose d'une rédaction très expérimentée en matière de journal télévisé ainsi que de ressources en images extrêmement très fournies, RFI présente un atout incontestable quant à son savoir faire en matière d'organisation et de coordination de l'antenne et de ses équipes plurinationales qui lui permet d'allier cohérence et diversité culturelle. De même, Euronews, caractérisée par sa diffusion plurilingue et fonctionnant sur le « tout images », offre une souplesse de diffusion, indispensable à la nouvelle chaîne.

¹⁸ Propos rapportés par P.GONZALÈS in « Coup d'envoi de la chaîne d'information française internationale », *Le Figaro*, 23 avril 2003.

Un constat positif semblable peut être dressé concernant les chaînes d'information continue telles que LCI et Itélé. Ces deux chaînes disposent, quant à elles, de rédactions adaptées aux exigences du traitement continu de l'information. Ces deux candidats ont d'ailleurs souligné l'importance de s'assurer l'appui de leurs chaînes mères afin de permettre une réduction significative des coûts liés à la programmation.

S'agissant des opérateurs de l'audiovisuel public, les avantages sont également nombreux. L'appartenance de France Télévision à l'Union européenne de radiodiffusion (UER) constitue un atout de premier ordre dans la mesure où cela lui procure un accès gratuit à une large banque d'images en provenance des chaînes partenaires à cette union. De plus, le projet de chaîne d'information continue que France Télévisions avait lancé dans le passé pourra servir de base dans la conception de la nouvelle chaîne.

S'agissant de la fourniture de programmes, RFO, ARTE ainsi que La Chaîne Parlementaire pourraient être mises à contribution en fonction de leur domaine de prédilection et de leur savoir faire en la matière, RFO étant spécialisée dans les questions africaines, ARTE dans le domaine culturel et La Chaîne Parlementaire concernant les questions d'actualité politique.

Au-delà de la diversité des opérateurs et de leurs atouts, la nouvelle chaîne française d'information internationale pourra s'appuyer sur la solidité des différents réseaux de correspondants à l'étranger afin que cela lui procure la réactivité nécessaire au traitement de l'information internationale. Le premier réseau français de presse à l'étranger est celui de l'Agence France Presse (AFP) qui constitue, à ce titre, un partenaire incontournable du projet. Cependant, d'autres réseaux pourront également être sollicités. C'est le cas notamment de RFI, avec ses trois cent correspondants à travers le monde et de LCI et Itélé qui disposent de réseaux solides qui ont l'avantage de traiter d'information télévisée contrairement à RFI.

Enfin, les capacités de diffusion et de distribution des opérateurs devront pouvoir répondre aux impératifs liés à la dimension internationale de la future chaîne. En effet, cette dernière devra impérativement être diffusée par le câble et le satellite. A cet égard, la mission d'information commune considère que la plupart des opérateurs, publics ou privés, sont à même d'offrir un réseau de distribution par câble et satellite solide et efficace. Cependant TV5 semble disposer d'une position privilégiée sur le marché compte tenu de sa forte présence dans les bouquets satellitaires.

Bien qu'elle ne facilite pas le choix des partenaires, la richesse des opérateurs est un encouragement indéniable pour la réussite de la future chaîne. Néanmoins, la tâche sera d'autant plus difficile que l'audiovisuel français présente des inconvénients importants qui devront impérativement être pris en considération et surmontés pour assurer la réussite du projet.

B. Les handicaps du service public de l'audiovisuel

Le même constat que celui qui avait été dressé par la Cour des Comptes en 2002 à propos de l'action audiovisuelle extérieure peut être fait concernant le service public de l'audiovisuel. Ainsi, parmi les principaux handicaps que la mission déplore dans son rapport d'étape, on peut relever, notamment, l'éclatement de ce secteur, la dispersion des énergies, des savoir-faire et du financement. En effet, malgré le montant élevé des sommes allouées à l'audiovisuel public français, soit 2,633 milliards d'euros en 2003, les différents organismes se plaignent de l'insuffisance des sommes versées. En réalité, le problème réside dans la multitude de bénéficiaires (plus d'une douzaine d'organismes), et la dispersion incohérente des fonds entre eux. A cette incohérence, viennent s'ajouter des résistances importantes de la part des différentes structures de l'audiovisuel public qui manifestent une opposition farouche à tout changement ou toute réorganisation de leur secteur par crainte d'une remise en cause des « droits acquis ». Dans de telles circonstances, les perspectives de rapprochement et de collaboration nécessaires à la création d'une entité telle que la chaîne d'information internationale ne sont pas envisageables. Cet immobilisme dans lequel est plongé le secteur public de l'audiovisuel français risquerait, à long terme, de nuire gravement à l'affirmation de la France sur la scène médiatique internationale. A ce propos, la mission d'information emploie le terme de « cristallisation » pour qualifier l'immobilisme des structures qui semble également caractériser les personnels de l'audiovisuel public. Cette rigidité croissante, que la mission attribue principalement à une réglementation très protectrice de la masse salariale, constitue une de ses principales préoccupations dans la concrétisation du projet de création d'une chaîne française d'information internationale.

§.2 - Les conditions d'une bonne intégration

Compte tenu de la diversité des opérateurs, le gouvernement souhaite que les synergies possibles avec les sociétés appartenant à l'audiovisuel public et les chaînes d'information privées existantes soient étudiées attentivement afin d'intégrer au mieux la nouvelle chaîne dans le paysage audiovisuel actuel. Dans cette optique, la restructuration de l'organisation de l'action audiovisuelle extérieure, proposée par la mission parlementaire, apparaît comme la condition essentielle pour permettre une bonne intégration de la chaîne dans le paysage audiovisuel français. La configuration actuelle de ce dernier n'est pas véritablement favorable à la création d'une entité de ce type. De plus, la réorganisation de ce secteur est un projet de longue date que les gouvernements successifs ont envisagé tour à tour sans jamais le réaliser, compte tenu des difficultés auxquelles ils se heurtaient. La création de la nouvelle chaîne est certainement l'occasion idéale pour engager une réforme de cette envergure.

En outre, le projet de création d'une chaîne française d'information internationale a relancé le débat sur la nécessité de réorganiser le service public de l'audiovisuel. A ce propos, la mission considère que le rapprochement des équipes rédactionnelles des sociétés nationales France 2 et France 3 ainsi que l'intégration de ARTE et de RFO au sein du pôle public, devraient à nouveau être envisagés.

En tout état de cause, la création de la nouvelle chaîne aura des conséquences sur le rôle du Conseil Supérieur de l'audiovisuel (CSA), selon le statut juridique retenu. S'il s'agit d'une station diffusée à l'étranger à partir d'un système satellitaire ou par câble, le CSA n'aura pas à intervenir. En revanche, s'il s'agit d'une extension des missions actuelles du service public, par exemple une chaîne financée par le ministère des Affaires Etrangères et par la redevance, alors la chaîne devra respecter le contrat d'objectifs et de moyens fixé par l'autorité de régulation, ce qui permettrait, en tout état de cause, un meilleur contrôle de la chaîne.

BIBLIOGRAPHIE

OUVRAGES

BIOLAY J.-J., « Droit de la communication audiovisuelle », Encyclopédie pour la vie des affaires, *éditions Delmas*, Paris, 1989.

BALLE F., « Médias et Sociétés », 7^{ème} édition, Domat Droit Public, *Montchrestien*, Paris, 1994

CORNU G., « Vocabulaire juridique », Association H. Capitant, 8^{ème} édition, *PUF*, Paris, 2000.

DEBBASCH C., sous la direction de, « Droit des médias », coll. Références, *éditions Dalloz*, Paris, 2002.

DENIAU X., « La Francophonie », Que sais-je ?, *PUF*, 5^{ème} édition, Paris, 2001, p. 10.

DERRIEUX E., « Droit des médias », collection Connaissance du droit, *éditions Dalloz*, Paris, 1995.

ARTICLES, REVUES, CHRONIQUES

« La CGT pour une ‘CNN à la française’ dans un pôle public de l’information », *Le Monde*, 11 avril 2003.

« La CNN à la française laisse les Anglo-Saxons dubitatifs », *Courrier International*, n° 649, du 10 au 16 avril 2003, p. 12.

« Jacques Chirac formule ses vœux pour les médias », *Le Monde*, 11 janvier 2003.

« Un premier projet de CNN à la française dans quelques semaines », *Télé Satellite*, avril 2003.

AMALOU F., « La création d'une CNN à la française accélérée », *Le Monde*, 25 mars 2003.

CRAMER C., « Un CNN pour la France ? », 30 novembre 2002 sur <http://www.lefigaro.fr>

DELUZE A. et MATHIEU B., « TV5 Monde espère s'imposer comme complément d'une télévision d'information internationale », *Le Monde*, 31 janvier 2003.

MATHIEU B., « Pourquoi diaboliser d'éventuels partenariats avec le secteur privé ? », *Le Monde*, 5 février 2003.

GONZALÈS P., « Coup d'envoi de la chaîne d'information française internationale », *Le Figaro*, 23 avril 2003.

HUMBLOT C., « TV5, la chaîne mondiale francophone, jour l'info en continu », *Le Monde Télévision*, 22 mars 2003.

RAÏO S., « Les multiples conflits relancent le débat - Faut-il une CNN à la française ? », *Figaro TV Magazine*, 8 mars 2003.

VALO M., « Face aux médias américains, le vice président de Radio Canada défend la francophonie », *Le Monde*, 14 février 2003.

DOSSIERS, RAPPORTS, DISCOURS

Compte rendu n° 1 des travaux de la mission d'information commune sur la Télévision française d'information à vocation internationale, 14 janvier 2003,

http://www.assemblée-nat.fr/12/dossiers/mic_television_comptes-rendus.asp

Rapport de la Direction du développement des médias, « La communication et le développement des médias en France », février 2001, http://www.ddm.gouv.fr/impression/dossiers_thematiques/documents/index.html

Discours de M. BOURGES H., « Vœux du Conseil supérieur de l'audiovisuel », 10 janvier 2001, <http://www.csa.fr>

TEXTES ET DOCUMENTS OFFICIELS

Guide de consultation publique du gouvernement en vue du lancement d'une chaîne d'information internationale, 2003 sur <http://www.ddm.gouv.fr>

Audition de M. Jean-Jacques Aillagon, Ministre de la culture, Compte rendu n° 29 de la Commission des affaires étrangères, 28 janvier 2003, sur http://www.imperatif-francais.org/articles2/France_diversite_culturelle.html

« Le français cherche sa place dans le monde », communication de la Commission de l'enseignement de la culture et de l'information du CSFE, 24 février 2003.

SITES INTERNET

http://www.assemblée-nat.fr/12/dossiers/mic_télévision_comptes-rendus.asp

<http://www.afp-direct.com>

<http://www.ddm.gouv.fr/consultation/guideconsultation.html>

<http://www.doc-iep.univ-lyon2.fr>

<http://www.elysee.fr>

http://www.imperatif-francais.org/articles2/France_diversite_culturelle.html

<http://www.lapolitique.free.fr>

<http://www.lefigaro.fr>

TABLE DES MATIERES

INTRODUCTION	3
CHAPITRE 1 : LA NECESSITE DE CREER UNE CHAINE D'INFORMATION INTERNATIONALE EN CONTINUE	5
SECTION 1. UNE JUSTIFICATION DE PLUS EN PLUS EVIDENTE	5
§.1 - <i>L'affirmation de la France sur la scène internationale</i>	5
§.2 - <i>La réforme de la politique audiovisuelle extérieure de la France</i>	8
SECTION 2. LA CONCRETISATION DU PROCESSUS	10
§.1 - <i>Les travaux en cours</i>	10
§.2 - <i>Les candidats officiels</i>	12
CHAPITRE 2 : LA COMPLEXITE DU PROJET DE CREATION D'UNE CHAINE D'INFORMATION INTERNATIONALE EN CONTINUE	14
SECTION 1. LES MODALITES DE CREATION DE LA CHAINE	14
§.1 - <i>Le cahier des charges de la nouvelle chaîne</i>	14
§.2 - <i>Les difficultés rencontrées et les choix à effectuer</i>	15
SECTION 2. L'INTEGRATION DE LA CHAINE DANS LE PAYSAGE AUDIOVISUEL FRANÇAIS	21
§.1 - <i>Les contrastes du paysage audiovisuel français</i>	21
§.2 - <i>Les conditions d'une bonne intégration</i>	23
BIBLIOGRAPHIE	25