

Offre d'information et de proximité : vers une offre de l'audiovisuel public conquérante et rassemblée

1^{er} février 2023,

Les équipes de direction de Radio France et France Télévisions se sont réunies le 27 janvier 2023, sous notre présidence, lors d'un séminaire dédié à l'information et à l'offre de proximité qui a permis de partager les constats suivants.

Nos entreprises sont la première source d'information des Français et la référence dans nos univers vidéo et audio respectifs, tant en termes de sérieux, de qualité, d'expertise et d'indépendance. **Cependant, nous faisons face à des défis communs considérables en matière d'information, qu'elle soit internationale, nationale ou locale, liés à :**

- la montée d'une forme de « guerre de l'information » et la diffusion massive d'infos qui mettent à mal la confiance des citoyens dans leurs médias et leur capacité à comprendre un monde de plus en plus complexe ;
- une concurrence accrue et une fragmentation très forte de l'offre d'information, qui pose la question de la visibilité, de la puissance et de la « découvrabilité » de l'offre du service public dans un contexte où les réseaux sociaux deviennent une source d'information majeure ;
- la montée de la fatigue et de l'évitement informationnels d'une partie de la population qui posent des enjeux démocratiques forts¹.

Face à ces défis, **les projets engagés ensemble ces dernières années ont considérablement renforcé la puissance et la pertinence de l'offre d'information et de proximité du service public.**

Radio France et France Télévisions ont déjà pris des initiatives majeures en la matière avec la création de France Info, premier média global d'information 360° – Radio – Télévision – Numérique - et des matinales communes de France Bleu et France 3. Grâce à ces deux réussites, nous avons souhaité **renforcer les projets communs et les coopérations entre nos deux sociétés dans les domaines de l'information et de l'offre de proximité.**

Cette volonté commune pourra se concrétiser par **la rédaction d'un plan stratégique unique sur ces deux volets** qui pourrait être intégré aux COM 2024-2028 des deux entreprises autour des axes suivants.

¹ Etude de la Fondation Jean Jaurès, « Les Français et la fatigue informationnelle. Mutations et tensions dans notre rapport à l'information », septembre 2022.

1. Une offre de proximité qui ressemble aux Français et qui les rassemble : créer le 1^{er} média 360° des territoires

L'offre de proximité vidéo, audio et numérique de nos deux entreprises est l'une des toutes premières attentes des Français vis-à-vis de leur audiovisuel public. Grâce à de nombreuses implantations sur tout le territoire, nous sommes les seuls à pouvoir nous adresser à tous les Français, près de chez eux et de leurs besoins. Ces implantations sont le gage d'une couverture de l'actualité et de la vie économique, culturelle, sportive et démocratique au plus près des territoires de vie des Français.

Notre volonté à 5 ans est de franchir de nouvelles étapes décisives dans le rapprochement de France 3 et France Bleu et répondre à plusieurs objectifs :

- gagner en puissance et en visibilité, notamment en ligne ;
- mieux mailler et couvrir l'ensemble du territoire, notamment les zones qui le sont insuffisamment aujourd'hui ;
- se différencier clairement des autres médias locaux

Pour y répondre, un travail conjoint est lancé autour des projets structurants suivants :

- 1. La création d'une marque unique et commune de la proximité, qui rayonne sur tous les canaux de distribution** (audio, vidéo et web). Cette marque doit devenir la première porte d'entrée et la marque de référence des Français vers l'offre d'information, culturelle ou sportive de leur territoire, sur tous les supports. Sur le web, cette ambition passe par la mise en œuvre d'une interface personnalisée permettant à chaque usager d'accéder directement aux contenus locaux qui l'intéressent (entrée territorialisée et éditorialisée) tout en lui permettant aussi, s'il le souhaite, de découvrir notre offre d'actualité nationale et internationale (via franceinfo).
- 2. La mise en œuvre d'un projet éditorial commun à cinq ans entre les antennes régionales de France Bleu et de France 3.** Son objectif sera d'accroître la cohérence et la complémentarité des offres dans tous les genres (information, économie, sport, culture et patrimoine, offre servicielle) et de donner à voir le potentiel d'innovation et d'initiative (économique, sociale, culturelle...) de chaque territoire.
- 3. Une rationalisation et une généralisation de nos implantations communes.** Concrètement, les équipes régionales seront regroupées à terme au sein d'un siège commun (comme ce sera prochainement le cas à Rennes) et, au niveau local, un **nouveau schéma immobilier partagé** sera mis en œuvre, notamment dans les zones moins couvertes aujourd'hui.
- 4. En termes de gouvernance, la création de directions régionales uniques.** Elles seront chargées de coordonner la complémentarité du maillage territorial et l'impulsion de projets éditoriaux communs.
- 5. Le développement de la polyvalence au sein de nos équipes.** Pour dégager des économies d'échelle et étoffer ainsi notre maillage (voir supra), il convient de développer la polyvalence des personnels en local et de réaliser les investissements techniques nécessaires (studios bi-usages...).

2. Une nouvelle dynamique pour franceinfo : consolider le 1^{er} média de confiance des Français

Avec franceinfo, premier média global d'information 360° Tv-radio-web, nous avons constitué, également en lien avec France Médias Monde et l'Ina, le projet de coopération le plus abouti de l'audiovisuel public. L'offre rassemble plus de 23 millions de Visiteurs uniques chaque mois et est devenue en moins de 5 ans la 1^{ère} offre d'information en ligne de France.

Face à l'hystérisation du débat public, à la constitution de médias d'opinion, aux pressions et ingérences étrangères sur la liberté de l'information, **il est nécessaire d'aller encore plus loin dans ce partenariat pour répondre à plusieurs objectifs :**

- renforcer ce pôle d'information commun aux sociétés, notamment en matière d'information chaude et d'enquête sur tous les supports ;
- rester la référence en matière d'information certifiée, indépendante et pluraliste ;
- devenir le fer de lance Français de lutte contre les infox et la désinformation

Notre stratégie est de lancer un « Acte II » de franceinfo autour des projets suivants :

1. **Définir une gouvernance commune pour co-construire l'offre éditoriale, avec à terme un objectif de réunir les équipes de franceinfo, voire de France 24** Une 1^{ère} étape de regroupement sera celle des équipes en charge de la lutte contre les infox et le décryptage (« alliance contre la désinformation »). A l'international, cette dynamique pourrait se prolonger sur l'ensemble du périmètre de l'information par une expérimentation du regroupement de nos correspondants dans un bureau unique dans quelques capitales. En outre et afin de faciliter l'anticipation, l'adoption et l'intégration des nouvelles technologies de l'information dans l'exercice quotidien des journalistes de franceinfo, France Télévisions et Radio France s'engagent à travailler en commun en matière d'innovation. ;
2. **Franceinfo doit être davantage présent et de façon plus offensive sur les réseaux sociaux afin de devenir l'offre innovante de référence en matière d'information.** Une stratégie éditoriale commune sera pensée pour proposer de nouveaux formats, portés par de nouvelles incarnations et pensés et adaptés à ces réseaux ;
3. **Une stratégie éditoriale commune repensée**, la mise en commun de l'information « chaude », de nouvelles verticales fortes (environnement, politique internationale, sport, santé, etc.) ou encore le développement d'enquêtes communes.
4. **Faire de franceinfo l'acteur de référence dans l'éducation aux médias. Face à la difficulté croissante à se repérer dans l'univers illimité du numérique, l'éducation aux médias et à l'information doit être pensée comme faisant partie des missions de tous les journalistes de l'audiovisuel public et comme une mission de service public de premier plan.**

Des travaux seront engagés dans les prochaines semaines par nos équipes afin d'instruire et de proposer un calendrier de mise en œuvre.

Parallèlement à ce séminaire et ces travaux, il est convenu d'associer les autres sociétés de l'audiovisuel public, en particulier France Médias Monde et l'INA, notamment sur l'acte II de franceinfo.

Nous sommes à votre entière disposition, ainsi qu'à celle de vos équipes, pour étudier l'intégration de cette stratégie dans nos COM respectifs, en cours de construction.

Delphine Ernotte Cunci

Sibyle Veil