



14ème législature

Question N° : 2162	De M. Philip Cordery (Socialiste, républicain et citoyen - Français établis hors de France)	Question écrite
Ministère interrogé > Culture et communication		Ministère attributaire > Culture et communication
Rubrique > langue française	Tête d'analyse > défense et usage	Analyse > médias. actions de l'État.
Question publiée au JO le : 31/07/2012 Réponse publiée au JO le : 27/11/2012 page : 6977 Date de signalement : 13/11/2012		

Texte de la question

M. Philip Cordery attire l'attention de Mme la ministre de la culture et de la communication sur le rayonnement de la France à l'étranger qui est un sujet très important pour l'ensemble de nos concitoyens. Celui-ci passe, entre autres, par la diffusion de sa culture, de sa langue, de son savoir-faire et de son expertise. Si les nouvelles technologies de l'information et de la communication permettent une relation plus étroite qu'auparavant entre les Français établis hors de France et leur pays d'origine, grâce notamment aux liens que permettent les réseaux sociaux, la télévision reste toutefois l'un des médias les plus utilisés à travers le monde. Or, à l'exception de France 24 et TV5 Monde, la réception d'autres chaînes françaises, telles que celles du groupe France Télévision par exemple, est quasi inexistante. Seuls les plus aisés peuvent éventuellement s'équiper avec des systèmes satellites ou s'abonner à des groupements câblés permettant la réception de ces chaînes. *A contrario*, les programmes allemands, italiens et même britanniques sont très largement diffusés à l'extérieur de leurs frontières. Il s'agit d'exemples concrets sur lesquels nous pouvons certainement nous appuyer. Le renforcement de la culture française à l'étranger et une plus large diffusion de notre langue passent donc très certainement par la dynamisation de l'offre médiatique française à l'international.

Texte de la réponse

Avant d'évoquer la question de la distribution des chaînes publiques françaises à l'étranger, il convient de rappeler le cadre général dans lequel s'inscrit l'acquisition des droits de diffusion des programmes télévisuels. Conformément aux dispositions du code de la propriété intellectuelle, l'exploitation linéaire ou non linéaire (supports numériques) de contenus, qu'il s'agisse d'oeuvres (fictions, documentaires, animations, captations, ...), de magazines, ou de tout programme utilisant des images d'archives ou des extraits d'oeuvres et de magazines, ne peut se faire sans avoir recueilli préalablement le consentement des ayants droit. Or, dans la pratique, les marchés correspondant à des aires culturelles voire linguistiques ayant des attentes différentes, les auteurs et producteurs, pour valoriser au mieux leurs droits, sont incités à les commercialiser territoire par territoire. En conséquence, ils ne délivrent d'accord d'exploitation exclusif de leurs contenus pour le monde entier que très rarement et à un prix très élevé. Ceci explique que, dans la majorité des cas, les diffuseurs ne procèdent à l'achat de droits d'exploitation d'un programme que pour un nombre limité de territoires. Ainsi, pour évoquer le cas du service public, France Télévisions ne dispose généralement, à l'exception des programmes qui sont mis à disposition de TV 5 Monde (cf. infra), des droits d'exploitation des programmes qu'elle diffuse que pour la France métropolitaine, la Principauté d'Andorre, la Principauté de Monaco et les collectivités françaises d'Outre-mer. Néanmoins, la société dispose des droits de diffusion pour le monde entier de ses journaux télévisés et de ses magazines d'information. Ces

programmes sont donc accessibles gratuitement sur Internet en télévision de rattrapage depuis n'importe quel pays, pendant une période minimale de sept jours à compter de leur première diffusion à l'antenne, à l'adresse : <http://www.pluzz.fr/replay/>. Par ailleurs, dans le cadre de ses missions de service public et, comme le prévoit son contrat d'objectifs et de moyens (COM) 2011-2015, France Télévisions s'emploie à développer, lorsque cela est possible sur le plan juridique, technique et financier, la visibilité et l'accessibilité des chaînes du groupe à l'international, sur support linéaire et non linéaire. La diffusion des chaînes de FTV a ainsi connu depuis 2004 une forte progression ; le nombre cumulé d'abonnés des 5 chaînes a été porté à plus de 25 millions fin 2011. Les chaînes du groupe sont en effet diffusées dans 49 pays : France 2 est présente dans 47 pays, France 3 et France 5 dans 34 pays, France Ô dans 13 pays et France 4 dans 4 pays. Compte tenu de l'indisponibilité de canaux de diffusion gratuit dans ces pays et des droits d'exploitation supplémentaires dont doit s'acquitter l'entreprise au profit des ayants droit, la distribution des chaînes de France Télévisions est réalisée majoritairement par des opérateurs privés, qui les commercialisent dans le cadre d'offres payantes et rémunère le groupe en conséquence. Enfin, si France Télévisions cherche à favoriser la distribution de ses programmes, le rayonnement de la France à l'étranger et la présence française dans le paysage audiovisuel mondial sont assurés par l'Audiovisuel extérieur de la France (AEF) à travers les entités qui la composent, à savoir Radio France Internationale (RFI), France 24 et TV5 Monde. TV5 Monde, la chaîne internationale francophone, reprend ainsi les émissions emblématiques de France Télévisions et ses programmes sont, de plus, accessibles en télévision de rattrapage. France Télévisions est ainsi le premier partenaire en volume de fourniture annuelle à TV5 Monde de programmes libres de droits : plus de 22 000 heures en 2011, soit 29 % de l'ensemble des grilles de cet opérateur. Quant à France 24, elle a connu une augmentation de 50 % de son audience en 2011 pour atteindre 45 millions de téléspectateurs hebdomadaires (en français, en anglais et en arabe) et son objectif est aujourd'hui de poursuivre son développement, afin d'assurer une couverture mondiale de ses programmes.