

15ème législature

Question N° : 26239	De Mme Martine Wonner (La République en Marche - Bas-Rhin)	Question écrite
Ministère interrogé > Culture		Ministère attributaire > Culture
Rubrique > audiovisuel et communication	Tête d'analyse > Traitement des sujets européens par les médias français	Analyse > Traitement des sujets européens par les médias français.
Question publiée au JO le : 04/02/2020 Réponse publiée au JO le : 10/11/2020 page : 7983 Date de changement d'attribution : 07/07/2020		

Texte de la question

Mme Martine Wonner interroge M. le ministre de la culture sur l'application de L'article 16, titre II, chapitre Ier, en annexe du décret n° 2009-796 du 23 juin 2009 du Premier ministre n° 2009-796 du 23 juin 2009 fixant le cahier des charges de la société nationale de programme France Télévisions. Ce décret n° 2009-796 du 23 juin 2009 impose notamment à la société nationale de programme France Télévisions la diffusion de contenus et d'informations européennes. Les résultats de l'étude de la fondation Jean-Jaurès publiés le 3 décembre 2019 indiquent que les journaux télévisés traditionnels ont consacré à peine 2,7 % de leurs sujets aux institutions européennes en 2018. Ainsi, sur 25 ans, les élections américaines ont par exemple bénéficié d'une plus grande couverture informationnelle que les élections européennes alors qu'elles concernent directement les citoyens français. Cette couverture des chaînes de télévision et de radio française des sujets européens est bien plus faible que dans les autres pays de l'Union. Les résultats du sondage commandé par la Commission et publiés en mai 2018 sur « les habitudes médiatiques dans l'Union européenne » montre que 73 % des Français se déclarent mal informés sur ces questions, contre une moyenne de 57 % au sein de l'UE. Les Français sont ainsi ceux qui se sentent les moins bien informés au sein de l'UE. Ce défaut d'information participe à la « mésentente » qui s'installe entre certains Français et l'Europe. Aussi, elle lui demande les actions qui seront mises en œuvre par son ministère pour que les sujets européens soient enfin abordés par les médias audiovisuels à la hauteur de leur importance et des enjeux qui y sont liés.

Texte de la réponse

L'Europe est au cœur des missions d'information de l'audiovisuel public, en particulier de France Télévisions. L'article 16 du cahier des missions et des charges (CMC) de la société s'attache à intégrer la dimension européenne dans l'ensemble de ses programmes (documentaires, fictions, jeux, spectacles vivants, etc.), dans des émissions spécifiquement consacrées à l'Europe (programmes courts, émissions régulières ou correspondant à des événements à caractère européen, etc.) et dans les journaux et magazines d'information, qui accordent une large place à la connaissance des enjeux communautaires et à l'expression d'une identité européenne. Afin de renforcer les liens entre les citoyens européens, le CMC prévoit notamment que France Télévisions diffuse des reportages ou des témoignages sur les modes de vie, les pratiques culturelles et les modèles socio-économiques des voisins européens. Ainsi, les questions européennes sont traitées par France Télévisions dans les éditions et les magazines d'information, qui proposent une large couverture de l'actualité. La rédaction de France Télévisions s'appuie sur ses correspondants permanents à Bruxelles qui produisent, chaque année, 300 à 400 reportages liés aux activités des

instances européennes. Outre Bruxelles, France Télévisions est le seul groupe audiovisuel français à avoir conservé des bureaux permanents dans d'autres grandes capitales européennes : Berlin, Londres et Rome. Les magazines de la rédaction de France 2 (« Envoyé spécial », « Complément d'enquête » et « Infrarouge ») abordent de façon très régulière les thématiques européennes sous l'angle politique, économique, agricole, ou encore de santé publique. Sur France 3, l'actualité de l'Union européenne est traitée dans le magazine « Avenue de l'Europe ». Enfin, Franceinfo contribue très significativement à l'exposition des questions européennes et de l'actualité des États européens, à travers une offre de modules et magazines (« Eurofocus », « Drôle d'Europe » ou « la Faute à l'Europe »). Les conclusions de l'étude de la fondation Jean Jaurès, citée par le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA) dans son rapport d'exécution du CMC de France Télévisions pour l'année 2018, nourrissent le débat de manière utile même si elles doivent être nuancées sur au moins deux points concernant le volet lié à l'information. D'une part, le journal du soir de France 2, édition d'information la plus suivie du groupe, accorde une place plus importante aux sujets européens par rapport aux éditions comparables des autres chaînes privées (156 sujets en 2018 contre 87 pour TF1 et 62 pour M6). D'autre part, cette étude n'a pas inclus dans sa mesure les éditions du Soir 3 qui traitent de manière approfondie et régulière l'actualité européenne ainsi que l'offre de Franceinfo. Par ailleurs, l'Europe est régulièrement abordée sous l'angle de la culture et de la politique dans les magazines et documentaires de France Télévisions (« Télématin », « Faut pas rêver », « C politique », « C dans l'air »...). Plus généralement, l'ensemble des entreprises de l'audiovisuel public traitent des sujets européens. Radio France dispose ainsi de deux bureaux à Bruxelles et Strasbourg qui couvrent spécifiquement l'actualité européenne. Plusieurs des programmes sur les différentes antennes de Radio France sont dédiés spécifiquement à l'Union européenne et ses institutions, ou traitent de cette thématique régulièrement (« Le vrai/faux de l'Europe », « Foule continentale », « Affaires étrangères »...). En outre, dans le cadre des élections européennes de mai 2019, Radio France a mis en place des programmes spécifiques afin de traiter l'actualité de l'Union européenne. L'actualité européenne est traitée de manière quotidienne sur les antennes de France Médias Monde et de TV5 Monde. Enfin, la place accordée à l'Union européenne au sein de la ligne éditoriale d'Arte découle naturellement de la mission que lui attribue son traité fondateur d'agir en tant que média « à vocation culturelle et européenne [...] désireux de consolider la compréhension et le rapprochement entre les peuples en Europe ». L'actualité européenne est particulièrement présente au sein des émissions d'Arte (« 28 minutes », « Invitation au voyage », « Arte Regards » et « Le dessous des cartes »), ainsi qu'à travers son magazine dédié à l'actualité européenne « Vox Pop ».