



## 15ème législature

<b>Question N° : 38599</b>	<b>De M. Frédéric Petit</b> ( Mouvement Démocrate (MoDem) et Démocrates apparentés - Français établis hors de France )	<b>Question écrite</b>
<b>Ministère interrogé</b> > Culture		<b>Ministère attributaire</b> > Culture
<b>Rubrique</b> >audiovisuel et communication	<b>Tête d'analyse</b> >Audiovisuel public - Culture - Influence - Français de l'étranger	<b>Analyse</b> > Audiovisuel public - Culture - Influence - Français de l'étranger.
Question publiée au JO le : <b>04/05/2021</b> Réponse publiée au JO le : <b>07/09/2021</b> page : <b>6681</b>		

### Texte de la question

M. Frédéric Petit alerte Mme la ministre de la culture sur l'absence des questions relatives à l'audiovisuel public extérieur dans les premiers retours de la consultation participative « Nos médias publics ». Menée du 7 au 27 septembre 2020 par les opérateurs de l'audiovisuel public, la consultation publique semble avoir exclu les questions de l'audiovisuel public extérieur. En tant que rapporteur du budget sur la diplomatie culturelle et d'influence, M. le député souhaite éviter que l'on sépare artificiellement l'audiovisuel extérieur d'un supposé audiovisuel intérieur. Il n'existe qu'un seul audiovisuel de France pour le monde. M. le député aimerait donc savoir si la consultation « Nos médias publics » a pris en compte et émis des propositions et perspectives visant à rendre l'audiovisuel public plus accessible au-delà des frontières et particulièrement pour les Français établis à l'étranger. Il demande également à Mme la ministre d'indiquer les actions qui seront entreprises dans ce domaine d'ici la fin du quinquennat.

### Texte de la réponse

Le ministère de la culture se félicite, en premier lieu, de l'organisation de la deuxième édition de la consultation « Nos médias publics », qui a été menée entre le 6 et le 28 septembre 2020. Cette enquête est le fruit d'une initiative portée par plusieurs entreprises de l'audiovisuel public et s'inscrit pleinement dans le cadre du développement des coopérations au sein du secteur. Le questionnaire soumis au public français dans ce cadre a été conçu par l'ensemble des entreprises participantes, parmi lesquelles France Médias Monde et TV5 Monde. En raison de la spécificité de leurs missions de contribution au rayonnement de la France dans le monde et de promotion de la francophonie, France Médias Monde, société nationale de programme en charge de l'audiovisuel extérieur de la France, et TV5 Monde, chaîne culturelle francophone éditée en partenariat avec les radiodiffuseurs publics canadiens, québécois, belges, suisses et français, s'adressent en priorité aux publics étrangers et aux Français établis à l'étranger. Aussi, les réponses recueillies auprès du public français dans le cadre de l'enquête « Nos médias publics » concernaient principalement les offres de l'audiovisuel public ciblant prioritairement le territoire national et à titre plus accessoire celles s'adressant à des publics hors de nos frontières. Le ministère de la culture souhaite en second lieu rappeler son attachement à l'amélioration de l'accès des Français de l'étranger aux programmes des chaînes de télévision françaises. À ce titre, il soutient les nombreuses initiatives des entreprises de l'audiovisuel public pour améliorer l'accessibilité de leurs programmes. Il tient à rappeler que les Français de l'étranger bénéficient d'ores et déjà d'une offre substantielle de programmes publics français portés par France Médias Monde et TV5 Monde. De plus, France Télévisions met en accès libre de nombreux programmes pour lesquels elle dispose des droits de diffusion mondiaux sur sa plateforme de rattrapage france.tv (anciennement « Pluzz »). En l'état du



droit, les Français vivant à l'étranger ne sont pas assujettis à la contribution à l'audiovisuel public et l'indisponibilité des programmes de France Télévisions, d'ARTE ou de Radio France au-delà des frontières de la France ne constitue pas un manquement à leurs obligations. Le principe demeure donc l'acquisition des droits pour le territoire de la France, sur lequel ces entreprises exercent leurs missions de service public. France Télévisions engage toutefois ses meilleurs efforts pour élargir les droits détenus sur ses programmes, lorsque cela est possible et dans un souci de bonne gestion des fonds publics. Les programmes de Radio France, produits en interne, sont intégralement accessibles en ligne depuis l'étranger. Enfin, environ deux-tiers des programmes d'ARTE sont disponibles en ligne en Europe et près de la moitié dans le monde.