

LA CHAÎNE D'INFORMATION INTERNATIONALE POUR LA FRANCE

FRANCE 24 A L'ÉPREUVE DE LA RÉALITÉ...

PAR

GERALD ARBOIT (*)

Quatre longues années après le vœu du président Jacques Chirac, prononcé devant le Haut Conseil de la francophonie le 12 février 2002, la «*CNN à la française*» a vu le jour! Elle est opérationnelle depuis le 6 décembre 2006, 20h30. Une jolie blonde en tailleur blanc, une charmante brune en tailleur noir... Si ce n'était les versions française et anglaise, en l'absence de Christian Morin comme maître de cérémonie, on se serait cru au lancement de feu La Cinq berlusconienne: la même fragilité budgétaire, le même mélange secteur privé/secteur public, la même origine politique et la même ambition de renouveler le «*broadcast*», selon le mot des dirigeants de France 24 (1).

Il s'en est fallu de peu que le «*top*» d'Alain de Pouzilnac, président du directoire de France 24, ne débouchât sur aucune image (2). Depuis que cette «*Arlésienne*», comme se sont plu à l'appeler des députés comme Alain Mathus (2004) et Christian Kert (2005) – que le gouvernement ne semblait pas avoir écoutés en confiant la réalisation de la chaîne française d'information internationale à France Télévisions/TF1 –, était apparue dans le paysage médiatique, une sourde résistance franco-française s'était mise en place. Dans *Les Nouveaux Dossiers de l'Audiovisuel* de janvier-février 2006, Isabelle Repiton, journaliste à *La Tribune*, posait trois questions/objections

(*) Chercheur au Centre d'études et de recherches interdisciplinaires sur les médias en Europe (CERIME) de l'Université Robert Schuman (Strasbourg, France).

(1) Dans la perspective de la défaite de la gauche aux législatives de mars 1986, le Président de la République, François Mitterrand, avait lancé, dès janvier, l'idée d'«*un espace de liberté supplémentaire*» et demandé au gouvernement de Laurent Fabius d'étudier le projet. Il s'agissait alors créer un espace nouveau, hors du domaine institutionnel de la télévision publique, susceptible de toucher un large public (contrairement à Canal + crypté) et de constituer un relais d'opinion de ses idées si elle venait à retourner dans l'opposition. La chaîne généraliste avait commencé à émettre le 20 février 1986 à 20h30. Le 3 février 1987, le nouveau gouvernement de Jacques Chirac faisait suspendre la concession de La Cinq et l'autorité de régulation, la Commission nationale de la communication et des libertés (CNCL), la rétrocédait, vingt jours plus tard, à la Société d'exploitation de La Cinq, alliance de la Socpresse (*Le Figaro, France-Soir*) de Robert Hersant, de l'ancien exploitant, Silvio Berlusconi, et de son associé Jérôme Seydoux, constituée le 10 février. Le 23 octobre 1990, le nouveau régulateur, le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA), accordait, suite au retrait de R. Hersant, la chaîne à Hachette, qui promettait de «*sauver La Cinq*». Le 12 avril 1992, La Cinq cessait définitivement d'émettre.

(2) Cf. les articles de Gérard ARBOIT sur «*La Chaîne d'information internationale pour la France*», parus dans *l'Annuaire français de relations internationales* : vol. V, 2004, pp. 464-481; vol. VI, 2005, pp. 554-561; vol. VII, 2006, pp. 416-423.

qui résumaient bien l'état d'esprit de l'*intelligentsia* médiatique : «avec un budget annuel de 70 millions d'euros, comment s'imposera-t-elle sur la scène internationale? Quelle part de ses programmes pourra être diffusée en langue arabe, anglaise, espagnole? Le réseau satellitaire de diffusion, l'implantation des bureaux, les collaborations des correspondants de RFI ou de l'AFP restent à mettre en place».

Depuis la remise du rapport de Bernard Brochand, le 24 septembre 2003, la presse était sans cesse à l'affût des fausses notes engendrées par des hommes appartenant, apparemment, à deux cultures différentes. Pourtant, dans le sarcasme ou dans l'oubli, France 24 a quand même tenu son pari : émettre entre le 15 novembre et le 5 décembre 2006. Il n'y a un qu'un jour de retard.

LA POURSUITE DE L'IMBROGLIO POLITICO-MÉDIATIQUE

Honnêtement, dans les médias, on avait parfois raison de rire de l'amateurisme semblant présider à la mise en place de la Chaîne française d'informations internationales (CF2I).

Cette entreprise de communication en devenir semble même avoir perdu la première manche de son plan de communication. Alors qu'elle se présente comme pariant sur l'Internet, tant en terme de diffusion (*streaming* (3), vidéo à la demande) que d'information (participation des internautes *via* des blogs, des *chats*, des webcams ou les fils RSS (4)), ses dirigeants, ceux issus aussi bien de TF1 que de France Télévisions, deux groupes disposant de sites Internet pensés dans le même objectif, n'ont pas semblé juger opportun de déposer le nom «CF2I» ou «CFII». Le premier était déjà retenu par un éditeur de logiciels français, le second par une page de «*parking*», dont l'objectif était d'attendre que la chaîne se tourne vers son créateur pour en racheter les droits. Dans les deux cas, l'idée d'éventuelles négociations a été écartée d'emblée compte tenu de la taille de l'enjeu... En outre, le nom «CFII», pourtant défendu avec succès devant les tribunaux, a été abandonné car officiellement «*imprononçable à l'étranger*» (5).

Temporairement, à compter du printemps 2006, la chaîne s'est affichée sur Internet à l'adresse «www.tv2i.fr» pour ses besoins de recrutement. A

(3) Le *streaming* (ou lecture en continu) est utilisé pour l'envoi de contenu en «direct» ou en léger différé sur Internet; il permet la lecture d'un flux audio ou vidéo à mesure qu'il est diffusé. Il diffère de la diffusion par téléchargement, qui nécessite de récupérer au préalable l'ensemble des données du morceau qu'on souhaite écouter ou regarder. Le lancement de France 24 s'est fait par ce procédé le 6 décembre, avant la diffusion sur le câble et le satellite le lendemain.

(4) Un flux ou fil RSS (*Really Simple Syndication* ou Souscription vraiment simple) est un format de syndication de contenu Web, codé sous format XML. Il permet de diffuser en temps réel les nouvelles des sites d'information ou des blogs et de les consulter plus rapidement sans visiter le site.

(5) Laurence GIRARD, «La chaîne d'information internationale ne s'appellera pas CFII», *Le Monde*, 22 avril 2006.

la recherche d'un nouveau nom, la CF2I s'est adressée dans le même temps à Nomen, un cabinet français spécialisé dans la création de marques (6). Fin mai, neuf noms, Adélie, Avenue 360, F2I, France1, France 360, Paris Avenue, Version Française, VF et Zadig, ont été déposés à l'Institut national de la propriété industrielle afin d'éviter toute nouvelle mésaventure. Cependant, l'hypothèse d'un choix autre est immédiatement évoquée, tandis que Matignon fait savoir que le mot «France» doit figurer dans le nom de la chaîne (7). Le 19, puis le 30 juin le nouveau nom de la CF2I doit être annoncé, mais c'est finalement le 5 juillet que les six membres du conseil de surveillance (composé à parité entre TF1 et France Télévisions) se sont accordés sur «France 24». Ce délai s'explique par la nécessité de vérifier la disponibilité des noms et abréviations – ainsi, il s'est avéré que F24 est pris par une entreprise allemande... Finalement, le baptême de «France 24» est passé quelque peu inaperçu dans le Landernau médiatique, qui a préféré se nourrir de la mésentente des partenaires privés et publics.

Il faut dire que toutes les décisions, même les plus infimes, ont provoqué des brouilles. Le 13 avril, le directeur général nommé par TF1 quatre mois plus tôt, Jean-Pierre Paoli, démissionnait, mettant fin à deux mois de crise autour de l'apparente impossible conciliation des salaires entre service public et secteur privé : J.-P. Paoli émargeait à 330 000 euros annuels pour son précédent poste et n'entendait pas se contenter des 130 000 euros qu'offrait France 24. Comme il n'était pas question d'augmenter son homologue de France Télévisions, Ulysse Gosset – Alain de Pouzilhac, président du directoire de France 24, et Patrick de Carolis, président du *holding* public, perçoivent chacun 300 000 euros de salaire annuel –, ni de faire prendre en charge par TF1 la différence, seul le départ de J.-P. Paoli pouvait conclure cet imbroglio. Jean-Yves Bonsergent, ancien directeur délégué à la présidence de TF1 Vidéo et, depuis janvier 2006, chargé de la coordination du projet de la CF2I, l'a remplacé le 20 avril. Le 2 août, Ulysse Gosset annonçait son départ, officiellement pour «*reprendre le chemin des plateaux plutôt que de se limiter à un rôle purement administratif*» (8) – il anime le «Le Talk de Paris», tous les vendredis à 19 heures, sur France 24 (9) – ; en fait, sa mésentente avec Alain de Pouzilhac rendait impossible son maintien à la direction (10). Son remplacement à la direction éditoriale par Gérard Saint-Paul, proche du Président et directeur de la rédaction, a mis fin à la querelle des salaires.

La discorde autour de la langue de diffusion n'a pas duré longtemps. Elle a opposé les mêmes à la fin de l'hiver. L'enjeu était moins problématique,

(6) Sur cette agence fondée en 1981, cf. Jean WATIN-AUGOUARD, *Créateur de noms. Marcel Botton et l'aventure NOMEN*, Dunod, Paris, 2005.

(7) *Le Canard enchaîné*, 24 mai 2006.

(8) *Le Figaro*, 2 août 2006.

(9) Site Internet www.france24.com/france24Public/fr/blogs/gosset.

(10) *Le Canard enchaîné*, 2 août 2006.

puisqu'il se cachait derrière la question de la diffusion en France. Le *holding* public entendait que le français reste la langue majeure et disposait pour cela d'une voix prépondérante. TF1 voulait protéger sa chaîne d'information continue, LCI. Jean-Pierre Paoli a annoncé quant à lui que France 24 pourrait diffuser au moins 50 % de ses programmes en anglais, provoquant ainsi la colère des défenseurs de la francophonie. Le 16 mars 2006, le *Daily Telegraph* cite Marc Favre d'Echallens, président de l'association Défense de la langue française : «*après avoir commémoré Trafalgar avec les Anglais [...], il est probablement logique qu'une télévision publique française soit diffusée en anglais*». Sur www.mondesfrancophones.com, le journaliste Luc Rosenzweig s'en prend directement à Jacques Chirac, qu'il compare à un «*fossoyeur de la francophonie*», un fossoyeur intéressé, selon lui : «*souci de toucher le maximum d'auditeurs? Peut-être, mais aussi et surtout de ne pas brusquer TF1-Bouygues et sa chaîne d'info continue franco-française qui entend bien continuer à dominer ce marché*». Le 14 avril, le conseil de surveillance de la chaîne a finalement validé la stratégie multilingue, mettant à nouveau fin à la querelle. Une semaine plus tard, il a admis que la chaîne soit diffusée en clair et gratuitement.

Autre problème soulevé, notamment par le sénateur socialiste Monique Cerisier-Ben Guiga : «*au total, je crains que la CFII ne diffuse que des images américaines, commentées en français. En effet, l'essentiel est d'être capable de diffuser des images originales : où la CFII les prendra-t-elle? Pas à l'AFP, celle-ci ne produit pas d'images... Ceci n'est pas tout à fait exact, car l'AFP dispose d'un service Vidéo*». Le journaliste Robert del Picchia, qui a participé au débat au Sénat, reconnaît : «*[en tant que] producteur, j'ai été obligé d'acheter des images américaines, parce que, malheureusement, c'étaient les seules qui étaient disponibles sur le marché*» (11).

Le 25 août, la conclusion des deux conventions de diffusion avec le Conseil supérieur de l'audiovisuel, l'une pour le service francophone, l'autre pour le service multilingue (75 % en anglais et 25 % en français) s'est faite dans le plus grand silence. Des décrochages en arabe, à compter du second semestre 2007, et en espagnol, à compter de 2009, sont également prévus. Reste la reprise de France 24 – sans coût supplémentaire – sur les réseaux ADSL français, tels que Free, Livebox, Alice, Neufbox. A nouveau, les partenaires se sont opposés sur la question de LCI : pour Patrick Le Lay, PDG de TF1, ce projet revient à affaiblir LCI, la chaîne info de TF1, déjà concurrencée par iTélé, BFM TV et Euronews. La neutralisation du vote a en fin de compte bloqué toute décision... «*Il est inadmissible que l'intérêt privé de TF1 prime sur la diffusion dans l'Hexagone de France 24, qui est une chaîne payée par le contribuable*», s'indigne-t-on du côté du service public.

(11) Informations disponibles sur le site Internet www.senat.fr/basile/visio.do?id=s20051205_2&idtable=s20051205_2|s20051207_3|s20061208_5&c=CFII&reh=ss&de=20051205&au=20061215&dp=1+an&radio=deau&aff=ens&tri=p&off=0&afd=ppr&afd=ppl&afd=pjl&afd=evn&isFirst=true.

France 24, qui doit porter un regard français sur la marche du monde, coûtera en effet 2 euros par an et par contribuable. Une séance houleuse du conseil de surveillance de France 24 s'est tenue le 27 novembre (12). Ce qui explique l'absence de tout responsable de la première chaîne privée le soir de l'inauguration, le 6 décembre, tant à Issy-les-Moulineaux, au siège de France 24, que dans les jardins des Tuileries, où les invités étaient réunis.

DE CF2I À FRANCE 24

La mise en place de la CF2I n'a pas vraiment retenu l'attention des grands médias, hormis la presse spécialisée, comme *Satellifax*. La chaîne a cessé d'être un enjeu politique, la fronde parlementaire s'étant tue. Le recrutement s'est fait par annonce dans les journaux de recrutement, comme dans *Le Figaro carrières et emplois* du 3 avril 2006, une pleine page couleur vantant, sur fond de vue de la terre depuis l'espace, «*l'actualité mondiale, autrement*». Dix jours plus tard, plus de deux mille candidatures ont été reçues pour cent soixante-dix postes de journalistes. Le 13 septembre, 80 % du personnel étaient choisis et Grégoire Deniau, grand-reporter à France 2, devenait directeur de la rédaction. Dans le même temps, Jean-Yves Bonsergent arrêta le choix du siège de la chaîne à Issy-les-Moulineaux.

Dans cet immeuble flambant neuf, une *newsroom* a été installée au premier étage, ainsi que deux rédactions, l'une travaillant pour la version française, l'autre pour la version anglophone. Depuis le 20 juin, la chaîne dispose d'une régie publicitaire, qui a accès aux annonceurs internationaux. Le soir du lancement, Peugeot, Air France, HSBC, IBM et Guerlain étaient présents : ils correspondent au cœur de la cible du public supposé de France 24, «*les leaders d'opinions*», voire «*les nouveaux leaders d'opinion*», comme cette dizaine de bloggers émérites, invités à assister aux dernières répétitions avant diffusion. En effet, depuis le début de novembre, France 24 fonctionne à blanc. Une précaution rendue utile par les technologies sophistiquées dont elle se sert : la chaîne fonctionne au numérique et tout se fait par ordinateur depuis la *newsroom*. A chaque demi-heure, c'est un double journal de dix minutes qui se tient sur deux plateaux, avec deux présentateurs, mais c'est le même chroniqueur qui passe de l'un à l'autre, s'exprimant tour à tour en français et en anglais. Cette particularité s'applique également aux invités et aux experts, dont la chaîne entend renouveler radicalement la qualité, tablant sur les ressources de principaux centres de recherche universitaires. Les programmes sont réalisés à partir de reportages issus des rédactions de TF1 et France Télévisions pour un tiers ; les deux autres tiers se partagent entre productions internes de France 24 et images

(12) Emmanuel BERRETTA, «Clash au sommet de France 24», *Le Point*, 7 déc. 2006.

de l'AFP, de RFI et de RFO, complétées par les agences internationales (Reuters, AP...).

Le 5 octobre, Nurun et LSF Newtork sont retenus pour le *design* du site web, www.france24.fr. Début novembre, une animation *flash* assure le contact avec les téléspectateurs à venir. Une nébuleuse noire se transforme en planisphère, tandis que défilent sur l'écran des images de sportifs, de politiques, de manifestations, de défilés, d'avions et de guerre, se sur-impriment les sections de principaux programmes à venir («24^h/24», «7j/7», «L'actualité internationale...») dans les trois langues de France 24, l'anglais, l'arabe et le français. Prennent place des liens électroniques vers les services de communication et de diffusion, un téléchargement de la précieuse charte garantissant l'indépendance de la chaîne.

La charte a été rendue publique le 10 octobre, afin de «véhiculer partout les valeurs de la France». Elle sert autant de paravent de la chaîne, avec des mots-clefs comme «humilité», «modernité», «exigence», que de ligne de conduite, alignant «mission», «ambition» et «valeurs», dont l'«analyse», la «vigueur», le «respect», l'«esprit d'équipe». Toutefois, en comptant au rang de ces valeurs «honnêteté» et «indépendance», il est difficile de ne pas y voir une volonté de se démarquer du nœud de la querelle franco-française, son origine présidentielle. En obtenant un entretien du président Jacques Chirac, comme *Al Jazira English* avait obtenu celui de Tony Blair, le 15 novembre, les dirigeants de France 24 ont abondamment alimenté les médias pour expliquer que leur «priorité, c'est l'actualité internationale. Bien sûr, on suivra la campagne électorale française, mais, franchement, la petite phrase de tel candidat, quel intérêt pour le téléspectateur du fin fond de l'Afrique?» L'objectif de la chaîne française d'information internationale est de présenter «un regard français». Et Gérard Saint-Paul, directeur général délégué à l'information, de préciser : «un regard français, c'est un peu moins manichéen que le regard américain de CNN, c'est un peu plus de dialogue, il s'agit d'élargir la focale, de faire passer quelques valeurs françaises, le respect, la tolérance, qui sont celles de la République quand elles sont bien appliquées». Il ne restait plus, le 7 décembre, qu'à Arnaud Montebourg, un des porte-parole de la candidate socialiste Ségolène Royal, de croire le contraire... et de confondre une chaîne d'information avec une chaîne généraliste, TV5 (13)... Même Hubert Védrine avait regretté de ne pas avoir disposé, en son temps, d'un tel outil!

* *
*

Dès le 11 octobre, compte tenu de l'offre de Globecast, une filiale de France Télécom, retenu pour assurer la diffusion internationale de

France 24, une couverture potentielle de 190 millions de personnes était possible au lancement de la chaîne. En fait, celle-ci s'est assurée un demi-million de connexions – provenant de 108 pays –, dont les deux tiers de France. Aujourd'hui, la chaîne française d'information internationale existe. Elle se présente comme un clone de LCI, même si elle a adopté le plateau rond translucide de TV5, la bande passante de Bloomberg et une météo en relief comme Euronews. Dans le même temps, comme pour la météo, où elle a ajouté un commentaire, elle apporte un supplément. Et combien même ne résiderait-il que dans une autre ou une nouvelle chaîne française, elle aura toujours le mérite d'exister. Il est trop tôt pour se montrer pessimiste.