

L'audiovisuel public

Rempart démocratique au cœur d'une bataille culturelle et informationnelle

*L'urgence de
protéger notre modèle culturel
pour défendre notre souveraineté*

Juin 2026



LES DÉMOCRATES

- ASSEMBLÉE NATIONALE -

Erwan Balanant

Merci à mon équipe parlementaire

Alexia Nguyen Quoc

Louis Gendreau

Laure-Anne Kerisit

Merci à l'équipe du groupe Les Démocrates

Candice Meslier

Table des matières

I. Discours de la méthode médiocre de l'extrême-droite : affaiblir le secteur culturel pour nuire à notre modèle démocratique	7
A. S'attaquer à la création et aux idées pour affaiblir notre modèle démocratique	7
B. Démanteler le service public et contrôler les institutions et les esprits	11
C. La stratégie du cheval de Troie : une commission d'enquête à charge	14
II. Moteur économique, pilier de la création : le modèle vertueux de la culture et de l'audiovisuel	18
A. Le chaînon économique de la culture : une richesse, créatrice de valeur, qui irrigue les territoires	18
B. Investissement et création : les fondements d'un modèle audiovisuel durable	22
C. L'externalisation : une adéquation entre culture et économie qui doit être mieux encadrée	26
III. L'audiovisuel public, amplificateur de vitalité démocratique et vecteur de cohésion sociale	28
A. La circulation d'une information de qualité, une exigence démocratique	28
B. L'audiovisuel public, acteur de cohésion sociale à l'ère d'une l'individualisation généralisée	32
C. L'offre jeunesse de l'audiovisuel public : entre divertissement, construction et éducation	38
D. Pilier stratégique de l'attractivité française, l'audiovisuel comme pierre angulaire du rayonnement de notre modèle dans le monde	42
E. Un audiovisuel public soumis à des exigences croissantes de pluralisme et d'impartialité	46
IV. Une mutation de l'espace informationnel qui menace notre souveraineté démocratique	51
A. L'essor des plateformes numériques : le basculement d'une civilisation fondée sur les idées à une économie de l'attention	51
B. L'avènement de l'Intelligence artificielle : entre désinformation et perte de discernement, un outil qui affaiblit toute capacité à contribuer à la démocratie	57
C. Les frontières traditionnelles de l'information brouillées par les menaces hybrides	61
D. L'urgence de réguler pour préserver notre espace informationnel et défendre notre démocratie	65

Avant l'effondrement politique vient "l'effondrement cognitif"¹. Selon la philosophe Hannah Arendt, dès lors que nous cessons de penser par nous-même, de juger par nous-même, nous tombons dans un phénomène de "banalité du mal".

La production et l'accès à une information fiable, plurielle et de qualité sont des fondements de toute démocratie tant ils permettent aux citoyens de développer une conscience libre et éclairée. En 1948, la Déclaration universelle des droits de l'Homme dispose en effet que "la volonté du peuple est le fondement de l'autorité des pouvoirs publics". Mais cette volonté ne peut être pleinement exprimée dès lors que l'accès et la qualité de l'information ne sont pas garantis. Ainsi, si la démocratie est un "régime politique, système de gouvernement dans lequel le pouvoir est exercé par le peuple, par l'ensemble des citoyens"², ce pouvoir ne peut être exercé qu'à condition que l'ensemble des citoyens ait une capacité de discernement développée, des éléments de comparaison suffisants et des indications précises sur les décisions et l'actualité politiques. La démocratie repose de fait "sur la volonté librement exprimée des peuples et est en corrélation étroite avec l'état de droit et l'exercice des droits humains et des libertés fondamentales"³.

L'information et la culture sont des conditions essentielles au fonctionnement démocratique dès lors qu'elles sont un rempart contre l'arbitraire et luttent contre le contrôle des esprits et des masses. L'audiovisuel public est à ce titre fondamental tant il repose sur deux piliers : la création et l'information. Les auditeurs et les téléspectateurs, tout comme la représentation nationale, ont toujours, et cela à juste titre, nourri une exigence particulièrement élevée à l'égard de ce service public singulier.

1 The Conversation, "Déléguer nos décisions à l'IA : une menace pour la démocratie ?", Caroline Gans Combe, 23/04/2026

2 Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales (CNRTL), Définition "Démocratie"

3 Nations Unies, Questions thématiques : "Démocratie"

Trop souvent considéré comme une charge pour l'État, le secteur de l'audiovisuel public est en réalité une véritable richesse pour notre modèle, un investissement stratégique central. Pilier dans le soutien à la création, à l'attractivité et au dynamisme des territoires, il s'inscrit dans un modèle vertueux du financement de la culture dans lequel chaque euro investi bénéficie d'un effet multiplicateur et de retombées culturelles, sociales et économiques significatives.

L'audiovisuel public est par ailleurs un vecteur de vitalité démocratique et de cohésion sociale tant il lutte contre l'uniformisation des esprits et l'appauvrissement culturel du collectif. Dans un contexte d'élargissement de l'espace informationnel par la multiplication des sources et des acteurs d'information, il contribue à rendre le débat public exigeant et fiable par la garantie de diffuser des informations vérifiées, de qualité et le respect du pluralisme d'opinion. Il endosse le rôle de "tiers de confiance" en favorisant la confrontation d'opinions tout en étant un remède à la polarisation de la société. Rempart contre l'individualisation, l'audiovisuel public, par la diffusion de contenus de divertissement, de grands événements de cohésion nationale et la production d'une offre adaptée à la jeunesse, tisse des liens sociaux et contribue à redonner au collectif toute sa profondeur. **Au-delà d'informer, il fédère et rassemble.**

Ceci étant, le rôle même de l'audiovisuel public est mis à mal alors que des défis contemporains majeurs s'imposent. En pleine mutation, l'espace informationnel est en effet affaibli par l'émergence de nouveaux usages et de nouvelles technologies, telles que les plateformes numériques et l'intelligence artificielle. Si celles-ci ont permis de démocratiser l'accès à l'information - les réseaux sociaux tendant à devenir la première source d'information, ces bouleversements de pratiques, d'usages et de diffusion de l'information ont pourtant des conséquences notables sur notre souveraineté démocratique, dès lors que l'ensemble du rapport des citoyens à l'information est reconfiguré. De fait, en parallèle du glissement de notre société vers une économie de l'attention et l'exploitation massive des données, l'utilisation systématique et généralisée des outils d'intelligence artificielle expose le débat public à toujours plus d'actes de désinformation et de manipulation de l'information, de contenus priorisant l'émotion à la fiabilité et la contextualisation. En parallèle de cette cascade d'illusions et de la dilution de la frontière entre le virtuel et la réalité, c'est la capacité totale de discernement et de raisonnement des citoyens qui est altérée. L'espace informationnel devient la proie à des menaces hybrides qui, tentant d'influencer le débat politique et d'alimenter la défiance des citoyens vis-à-vis des institutions, portent considérablement atteinte à notre souveraineté démocratique.

Les travaux de la commission d'enquête sur la neutralité, le fonctionnement et le financement de l'audiovisuel public ont choqué, ému et interrogé bien des Français. S'ils sont pourtant passés de manière incontestable à côté des enjeux auxquels font face notre audiovisuel public et notre démocratie, ils ont au moins eu le mérite de révéler les méthodes de l'extrême-droite visant à appauvrir le débat public, freiner la circulation des informations et porter atteinte à la création. Le discours de l'extrême-droite s'appuie sur des ressentis, des émotions et instrumentalise le quotidien des citoyens pour justifier ses thèses, parmi lesquelles figure le démantèlement du service public. Dans les secteurs de la culture, de la santé, de l'éducation ou encore du logement, elle s'oppose par nature aux services publics pour imposer son idéologie et rendre acceptable toute inégalité face aux droits, sous couvert de préférence nationale. La privatisa-

tion de missions pourtant essentielles pour l'intérêt général et la souveraineté suivrait ainsi une logique de rentabilité et d'optimisation fonctionnelle plutôt qu'une logique d'égalité, de continuité, de mutabilité et d'accessibilité.

Le groupe Démocrates, à travers ce rapport, tient à combattre les contre-vérités et pallier les manquements du rapport issu de ladite commission d'enquête. Si nous déplorons l'instrumentalisation des débats et des moyens institutionnels alloués aux travaux, nous souhaitons que des enseignements fondés et constructifs soient tout de même tirés. Cette contribution répond à un seul et même objectif : reconnaître le rôle fondamental de l'information et de la culture dans la défense de notre modèle civilisationnel.

Pour nos citoyens,
Pour les professionnels du secteur,
Pour protéger notre modèle et défendre notre souveraineté,
Nous nous devons de riposter,
À un rapport biaisé et incomplet.

I. Discours de la méthode médiocre de l'extrême-droite : affaiblir le secteur culturel pour nuire à notre modèle démocratique

La Commission d'enquête sur la neutralité, le fonctionnement et le financement de l'audiovisuel public n'a pas été, pour l'extrême-droite, une fin en soi. Et l'appréhender comme telle, en dehors de toute contextualisation, aurait été une erreur. Elle a au contraire été un véhicule, un moyen pour parvenir à une fin : affaiblir notre modèle dans sa globalité. Par ses prises de positions, et ses stratégies, le Rapporteur a laissé transparaître une méthode, une vision de l'extrême-droite sur notre culture et nos services publics. Derrière cette attaque faite aujourd'hui à la création et aux idées, ce sont des atteintes, demain, à nos droits et libertés.

A. S'attaquer à la création et aux idées pour affaiblir notre modèle démocratique

La stratégie menée par l'extrême-droite est à l'antithèse du soutien à la création et au débat d'idées. Que ce soit à travers des prises de position médiatiques, des tentatives d'affaiblissement du modèle culturel ou encore des politiques culturelles locales ciblées pour passer sous silence des messages qui les dérangent. Nous n'assistons pas seulement à une politique culturelle de censure mais également - et surtout - à une stratégie d'affaiblissement de notre modèle culturel français et, *in extenso*, à l'affaiblissement de notre modèle démocratique.

Car la culture et la création, par essence, les dérangent.

Objets d'émancipation, la culture et les arts favorisent la réflexion et le débat d'idées. Ils encouragent le développement de l'esprit critique à travers l'ana-

lyse, la comparaison, l'accès à de nouvelles connaissances et à la multiplication des questionnements. À travers ses prises de position, l'extrême-droite mène une véritable bataille culturelle pour limiter les nouvelles sensibilités, uniformiser les récits et restreindre les représentations.

S'attaquer à la création revient à s'attaquer aux idées, à l'émancipation individuelle et à l'esprit critique de tout un chacun. La culture étant étroitement liée à l'éducation, comme l'a rappelé l'UNESCO lors de la conférence mondiale sur l'éducation culturelle et artistique en 2024, les pratiques culturelles contribuent tout autant au développement d'une autonomie de pensée, d'une capacité à comprendre les normes sociales et à interroger les rapports de pouvoir. Ainsi, les rapporteurs Souâd Belhaddad et Vincent Moisselin, dans un avis du CESE rendu le 24 mars 2026, écrivaient : « l'art demeure un lieu de conflit civilisé, une manière partageable d'être en désaccord, de s'opposer sans faire taire. Autrement dit, l'art empêche la pensée unique »⁴.

Par ailleurs, la création les dérange tant elle repose sur la construction d'un « nous » en opposition au « je ». Si le terreau de leur stratégie politique repose sur la désignation d'un bouc-émissaire, d'une opposition frontale à l'autre, la culture crée au contraire des ponts, des dialogues, des liens et du partage. Les pratiques culturelles permettent de s'ouvrir à l'altérité, d'appréhender autrui par des singularités et de développer la sensibilité de chacun. La culture crée des liens d'émotions, d'affection, elle crée du lien social avec l'autre, en opposition frontale à l'avènement de comportements individualistes.

Le monde de la culture et de la création est ainsi perçu comme dangereux par l'extrême-droite et devrait seulement être cantonné à une idéologie et un récit identitaires. C'est en ce sens que le programme politique du Rassemblement national repose sur une « préférence culturelle » sous couvert de « préférence nationale ». Sans véritable programme politique pour la culture, les expériences de terrain sont révélatrices du projet porté par l'extrême-droite. A travers des déprogrammations assumées de spectacles et d'événements culturels, des pressions budgétaires croissantes, l'instrumentalisation des contenus et des pratiques à des fins identitaires et la réorientation de politiques culturelles exclusivement vers le secteur du patrimoine, l'extrême-droite s'attaque à la création pour affaiblir le débat d'idées, pour promouvoir une idéologie et diviser. Ainsi, dans les communes remportées par le Rassemblement national ou le groupe Union des Droites Républicaines mené par Éric Ciotti, nous constatons qu'une véritable censure culturelle structurelle s'opère. Cette bataille contre la création et la culture est silencieuse, parfois bruyante, parfois directe, parfois cachée. Ces décisions politiques inquiètent et privent certains territoires de pluralisme culturel. Théâtre, Concert, festival, expositions ... Les annulations s'enchaînent mais l'objectif demeure le même : saboter la création. En avril 2026, à Vauvert, le maire RN a annulé une exposition de photographies de Sylvain Brino, qui

⁴ Souâd Belhaddad et Vincent Moisselin, « Contrer les entraves aux libertés de la création et de la fusion artistiques », Avis du Conseil économique social et environnemental, mars 2026

dressait un parallèle entre les méthodes du FLN et celles du Hamas, lui reprochant d'être un militant LFI⁵. Le photographe a ainsi dénoncé une décision arbitraire, soulignant qu'il n'est encarté dans aucun parti politique. Il déplore de fait que les motivations du maire pour annuler son exposition ne sont aucunement fondées sur le contenu, ce dernier étant dénué de tout caractère militant ou partisan⁶. De la même manière, en 2024 à Moissac, la compagnie Arène Théâtre a vu sa subvention sabrée après avoir pris position contre le Rassemblement national dans le cadre des législatives⁷.

« Le maire a accrédité l'idée qu'on donne des fonds publics à des gens qui pensent du bien de vous [...] Et ça, c'est une idée catastrophique parce que c'est le début de la fin en matière de culture »

Marion Mazauric⁸

LA DÉPROGRAMMATION DE LA PIÈCE PASSEPORT D'ALEXIS MICHALIK : RÉVÉLATRICE D'UNE CONCEPTION RESTRICTIVE DE LA LIBERTÉ DE CRÉATION, SOUMISE AUX CONSIDÉRATIONS IDÉOLOGIQUES

A l'affiche de la prochaine saison du théâtre municipal de Castres et programmée pour février 2027, la pièce de théâtre Passeport d'Alexis Michalik a soudainement été déprogrammée par le maire RN nouvellement élu en mars dernier. Lorsque celui-ci justifie sa décision, il souligne le changement de majorité ainsi que la possibilité pour un élu de revenir sur la programmation culturelle⁹. Aucun argument donné ne porte sur le fond ; aucune justification développée ne porte sur la création. L'argument est politique. La bataille est idéologique.

En effet, la déprogrammation de cette pièce n'est pas anodine. Alexis Michalik, metteur en scène aux multiples molières, raconte à travers cette œuvre le parcours des réfugiés, le statut, l'exil, l'identité et l'intégration. Le récit dérange ainsi les élus issus d'un parti dont l'idéologie repose sur une politique anti-immigration et d'opposition frontale avec "l'autre".

⁵ Radio France, "À la première tentative de censure, il faut se lever" : les premières mesures des nouvelles mairies RN dans le Gard", Mélanie Kuszelewicz, 10/06/2026

⁶ Ici Occitanie, "Le photographe Sylvain Brino dénonce une «censure» après l'annulation de son exposition par le maire RN de Vauvert", Hervé Sallafranque, 07/04/2026

⁷ Le Monde, "Législatives 2024 : en matière de politique culturelle, les maires d'extrême droite et leur « vernis d'honorabilité »", Roxana Azimi et Michel Guerrin, 28/06/2024

⁸ Radio France, "À la première tentative de censure, il faut se lever" : les premières mesures des nouvelles mairies RN dans le Gard", Mélanie Kuszelewicz, 10/06/2026

⁹ Ici Occitanie, "Le nouveau maire RN de Castres annule la représentation de la pièce «Passeport», sur la thématique des réfugiés", Emilie Tran, 09/06/2026

« Chacun est libre d'aimer ou pas la pièce. Mais chacun devrait aussi être libre de la voir. La liberté de création et l'indépendance de la programmation culturelle (...) constituent l'un des fondements de notre vie démocratique »¹⁰

Alexis Michalik

Les décisions de programmation culturelle deviennent un véritable filtre idéologique. Le débat politique justifie une bataille culturelle. Les préférences de l'autorité publique se substituent à la liberté de création. Le maire soutient précisément cette logique dès lors qu'il souligne l'asymétrie entre le message porté par la pièce et sa propre vision de la société : "évidemment, cela ne correspond pas à ce que j'avais défendu pendant la campagne électorale pour la municipalité", "l'argent des Castrais, [doit être] dépensé correctement"¹¹. L'utilisation du terme "correctement" est révélateur : qui détermine ce qui constitue une utilisation "correcte" ? La liberté de création est-elle conditionnée à sa conformité avec les positions idéologiques l'autorité locale ?

Par ailleurs, derrière l'apparente neutralité de cette formule, le maire émet un jugement éminemment subjectif. Dès lors que les préférences et positions idéologiques de la municipalité deviennent le critère d'appréciation pour décider ou non du soutien financier à une œuvre culturelle, le maire cherche à imposer sa vision du monde et définit les sujets qu'il ne souhaite plus voir abordés. Dans ces conditions, reste-t-il le garant du pluralisme et du respect des libertés de création et d'expression ? La déprogrammation de cette pièce interroge sur la liberté de créer dans un contexte de pressions idéologiques et budgétaires. Dans le cas de l'arrivée au pouvoir d'un parti extrême au pouvoir, cet exemple municipal permet de nourrir des inquiétudes légitimes sur une politique culturelle orientée qui affaiblirait considérablement la richesse et la diversité de la création.

Cette liste non exhaustive de déprogrammations et de retrait de subventions témoigne d'une tendance systématique et préoccupante de l'extrême-droite à conditionner le soutien public à la conformité idéologique des projets culturels et/ou des professionnels concernés. Au-delà de ces formes de censure structurelles, ces prises de position menacent doublement la liberté de création dès lors qu'elles poussent les professionnels de la culture à l'autocensure. Par crainte de perdre tout financement ou tout soutien de la municipalité, certains professionnels de la culture se limitent dans leur choix voire renoncent totalement à des programmations ou à des contenus.

¹⁰ L'Humanité, "À Castres, le RN censure la pièce d'Alexis Michalik sur les réfugiés", Gérald Rossi, 09/06/2026

¹¹ Le Monde, "Une pièce de théâtre d'Alexis Michalik, « Passeport », annulée à Castres par la mairie RN", 10/06/2026

B. Démanteler le service public et contrôler les institutions et les esprits

Si l'extrême-droite durant la commission d'enquête a semblé se positionner en défenseur du service public et prétend souhaiter refonder son modèle pour garantir sa qualité, cette prise de position trompeuse occulte volontairement une stratégie de démantèlement du service public dans de nombreux secteurs. L'audiovisuel public a été le bouc-émissaire lors des travaux de cette commission d'enquête mais ces attaques n'ont été que représentatives de la vision et de la considération des services publics par l'extrême-droite.

Concept mouvant, le champ du service public évolue en fonction du contexte et des décisions prises par les pouvoirs politiques. Il peut toutefois se définir comme étant "une activité d'intérêt général qui peut être prise en charge directement par un organisme du secteur public (administration, entreprise publique, collectivité territoriale, établissement public...) ou assurée par le secteur privé"¹². Dans le cadre de la gestion des services publics par l'administration, ceux-ci doivent répondre à des principes fondateurs de la notion de services publics, définis par les "lois Rolland", qui "régissent le bon fonctionnement des services publics"¹³. La continuité des services publics, érigée en principe à valeur constitutionnelle¹⁴ garantit un service sans interruption qui répond aux besoins de l'intérêt général. Par ailleurs, "toute personne a un droit égal à l'accès au service, participe de manière égale aux charges financières résultant du service et doit être traitée de la même façon que tout autre usager, sans discrimination ni avantage particulier"¹⁵. Enfin, le service public doit s'adapter aux besoins des usagers en fonction des évolutions de la société.

Dans le respect de ces principes fondateurs, nos services publics doivent ainsi garantir un accès universel, entre autres, à l'éducation, la santé, la culture et l'information. Ces missions sont d'autant plus essentielles qu'elles permettent de réduire les inégalités, préservent l'autonomie des citoyens, et installent des garde-fous pour protéger les citoyens contre tout pouvoir arbitraire. Selon la sociologue Dominique Méda, les services publics contribuent à la richesse nationale et à la réduction des inégalités¹⁶.

« Un service public fort est indispensable pour le bon fonctionnement de notre démocratie. Deuxièmement, il est indispensable pour le bon fonctionnement de l'écosystème créatif en France. »

Rodolphe Belmer, PDG du Groupe TFI¹⁷

¹² *Vie Publique*, "La notion de service public", 05/08/2025

¹³ *Ibid.*

¹⁴ Par la décision n° 79-105 DC du 25 juillet 1979 du Conseil Constitutionnel

¹⁵ *Vie Publique*, "La notion de service public", 05/08/2025

¹⁶ *Le Monde*, "Dominique Méda : « Secteur privé et administrations publiques contribuent tous deux à la création de richesse nationale », 15/01/2022

¹⁷ *France Inter*, Interview dans « La Grande matinale » de France Inter, 23/06/2026

La stratégie de lutte de l'extrême-droite contre les services publics repose sur deux thématiques, ces deux mêmes qui ont été appliquées sur l'audiovisuel public dans le cadre de la commission d'enquête : une politique d'austérité économique pour assécher les financements des services publics, et la désignation de l'administration comme un bouc-émissaire, qui, caricaturé, serait responsable de tous les maux de la société.

La réduction massive des recettes de l'État défendue par le programme du Rassemblement national pour les élections présidentielles en 2022 serait en toute logique incompatible avec l'amélioration prétendue des services publics portée par le RN, ni même avec le maintien simple de la qualité des services publics actuels. Ainsi, la baisse des prélèvements obligatoires qu'ils proposent est estimée à près de 40 milliards d'euros¹⁸. Ce "populisme fiscal" prétend soigner tous les maux en réduisant le périmètre de l'intervention publique pourtant en faveur de l'intérêt général.

La stratégie de l'extrême-droite de démantèlement de nos services publics repose en grande partie sur la caricature d'un service public qui serait défaillant et coûteux. Les services publics et les fonctionnaires qui y travaillent deviennent dès lors des boucs-émissaires qui cristallisent les mécontentements et les émotions. Alors même que l'extrême-droite tente constamment de réduire le financement des services publics et, ainsi, de les raréfier, elle exploite en parallèle le "ras-le-bol" des citoyens et l'impuissance publique pour construire un discours de service public insuffisant, voire inutile. Ils seraient une charge plus qu'une richesse. Ainsi, l'extrême-droite s'appuie sur la "cristallisation progressive d'un récit de déclin qui finit par trouver son expression électorale"¹⁹.

Elle fonde également sa volonté de démantèlement des services publics sur le mythe d'une bureaucratie lourde et massive en matière d'effectifs et d'un carcan administratif. En 2022, le projet politique de Marine Le Pen souhaitait « desserrer l'étau bureaucratique » du système de santé en réduisant le personnel administratif au sein d'hôpitaux pour recruter des personnels soignants. Cette proposition repose une nouvelle fois sur un mythe, celui "selon lequel la réduction du nombre d'agents administratifs réduirait mécaniquement la production administrative [...] ce projet pourrait avoir pour effet pervers de reporter la charge de fonctions administratives essentielles [...] sur des personnels soignants et donc de diminuer le temps que ces derniers consacrent aux soins"²⁰. Cette vision, sans réelle proposition d'amélioration ne permettrait pas d'améliorer la qualité des services mais au contraire, viendrait la fragiliser.

La réduction des moyens alloués aux services publics et la caricature qui est dépeinte contribuent par ailleurs à rendre plus perceptibles le discours de l'extrême-droite. Ainsi, chaque service public discrédité, jugé trop lent,

¹⁸ Fondation Jean Jaurès, "Le Rassemblement national au pouvoir : vers un désert de services publics", 24/06/2024

¹⁹ *Le Monde*, "Quand le déclin des services du quotidien favorise l'extrême droite", Julie Carriat et Sylvia Zappi, 18/05/2026

²⁰ Fondation Jean Jaurès, "Le Rassemblement national au pouvoir : vers un désert de services publics", 24/06/2024

inaccessible ou trop coûteux, alimente la défiance vis-à-vis des institutions, fragilise la cohésion sociale et renforce l'isolement, consolidant ainsi le terreau électoral de l'extrême-droite. "L'extrême droite fustige [de fait] la fraude sociale et l'immigration, qu'elle rend responsables des difficultés de nos services publics"²¹.

« Si vous raréfiez les biens publics, la compétition pour y accéder s'intensifie, et ceux dont on pense qu'ils parviennent à y accéder deviennent coupables de nos malheurs. Ces fermetures réactivent les divisions internes aux classes populaires, et indirectement elles attisent des préjugés racistes, qui sont par ailleurs très bien travaillés sur la scène médiatique et politique »²²

Clara Deville, Sociologue

Cette stratégie de démantèlement du service public s'inscrit plus globalement dans une volonté de l'extrême-droite de *diviser pour mieux régner*. Au même titre qu'elle souhaite affaiblir le débat d'idées et la culture pour fragiliser tout esprit critique, l'extrême-droite instrumentalise les missions du service public pour opposer les citoyens entre eux, détourner des réels enjeux de la société et, ainsi, contrôler les masses, par l'esprit et par le corps. Cette vision du service public repose en effet, à travers la réduction du périmètre d'intervention des services publics, sur une préférence nationale. Cette vision est pourtant directement en opposition avec les principes fondamentaux du service public. Ce modèle ne permettrait en effet pas au service public de respecter les principes de continuité, d'égalité et d'adaptabilité du service public, d'accueil universel et inconditionnel. Lorsque le droit et l'égalité d'accès à des services publics, pourtant d'intérêt général, sont mis en cause pour certains, ces derniers, sujets à l'exclusion et à la discrimination, deviennent vulnérables. En effet, instaurer de tels mécanismes de discrimination polariserait et diviserait la société, de même qu'instaurerait une citoyenneté à deux vitesses. C'est ainsi l'institutionnalisation de ces mécanismes qui a progressivement servi à installer la ségrégation raciales aux Etats-Unis, entre les XIXe et XXe siècles ; les lois ségrégationnistes ayant progressivement privé les personnes afro-américaines de services d'intérêt général tels que l'éducation ou encore le transport.

Ces offensives populistes et nationalistes ne sont pas le propre de notre pays mais sont malheureusement visibles chez nombre de nos voisins européens, qui font aussi face à la montée de l'extrême droite. Les différents groupes audiovisuels sont ainsi accusés de manquer de neutralité et doivent alors faire face à de nombreuses ingérences des pouvoirs publics et à des coupes budgétaires considérables.

Dans son rapport publié en 2025, Reporter sans frontières (RSF) souligne ainsi que le financement de l'audiovisuel public est aujourd'hui fragilisé par

²¹ Fondation Jean Jaures, "L'extrême-droite, les services publics et les fonctionnaires", 21/06/2024

²² *Le Monde*, "Quand le déclin des services du quotidien favorise l'extrême droite", Julie Carriat et Sylvia Zappi, 18/05/2026

la multiplication des réformes portant sur son mode de financement, qu'il s'agisse de la mise en place de redevance, de l'affectation de taxe ou encore de la budgétisation²³.

Précisons à ce titre que selon l'Observatoire européen de l'audiovisuel, le marché européen de l'audiovisuel est estimé à 142 milliards d'euros. "Le budget de la consommation - qui couvre les abonnements aux plateformes de streaming, la télévision à péage, les places de cinéma et la vidéo à domicile - représente plus de la moitié du marché (72 milliards d'euros), ce qui en fait le principal moteur de croissance"²⁴.

Les exemples d'atteinte à l'indépendance des audiovisuels publics européens sont désormais légion :

- En Lituanie, en novembre dernier, les députés Lituaniens ont voté en faveur du gel du budget de la radio-télévision publique (LRT) ;
- En République tchèque, le ministre de la culture, issu du parti d'extrême droite, a présenté un projet de réforme, approuvé par le gouvernement, visant à supprimer la redevance audiovisuelle et la remplacer par subvention directe de l'Etat²⁵.
- En Italie, le principal groupe audiovisuel public du pays, la RAI, fait face à de multiples ingérences ayant pour objet de la transformer en instrument de promotion et de diffusion du discours gouvernemental²⁶.
- En Slovaquie, le premier ministre nationaliste, Robert Fico, à son retour au pouvoir en 2023, a supprimé la redevance pour mettre en place un financement par l'Etat²⁷.
- En Hongrie, l'ancien premier ministre, Viktor Orban, avait transformé l'audiovisuel public en appareil de propagande au service de l'Etat, ce que le nouveau premier ministre, Péter Magyar, tente de réformer désormais²⁸.
- Preuve s'il en fallait que la montée de l'extrême droite n'est pas une vue de l'esprit et encore moins une fiction. A l'inverse, l'Allemagne, qui fonde le financement de son audiovisuel public sur une redevance obligatoire de tous, bénéficie aujourd'hui du système de radiodiffusion publique considéré comme le plus rentable avec plus de 10 milliards d'euros de recettes en 2025²⁹.

C. Une commission d'enquête à charge, cheval de troie de leur stratégie

La commission d'enquête doit ainsi être appréhendée dans un contexte politique précis de défiance de l'extrême-droite face à notre modèle culturel français. En 2024, Jordan Bardella l'annonçait clairement sur France 3 : "L'ambition que nous avons portée pour la présidentielle reste d'actualité, celle à terme de privatiser l'audiovisuel public pour faire des économies".

²³ Reporters sans frontières (RSF), *Rapport sur les "Pressions sur les médias publics, un test décisif pour les démocrates européens"*, juillet 2025

²⁴ Observatoire européen de l'audiovisuel, *Le marché européen de l'audiovisuel est évalué à 142 milliards d'euros*, 25/03/2026

²⁵ Radio Prague International, *Réforme du financement des médias publics : les syndicats et le gouvernement campent sur leurs positions*, 23/06/2026

²⁶ Reporters sans frontières (RSF), *Italie*

²⁷ Toute l'Europe, *"Audiovisuel public : baisse des financements, ingérence politique... les menaces se multiplient dans l'Union européenne"*, Valentin Ledroit, 05/05/2026

²⁸ Le Monde, *"En Hongrie, le paysage médiatique est bouleversé par la chute de Viktor Orban"*, Jean-Baptiste Chastand, 16/06/2026

²⁹ Courrier international, *"Médias. L'Allemagne, championne du monde de l'audiovisuel public"*, 07/01/2026

Si nous savons que les réseaux sociaux sont au cœur de la stratégie de l'extrême-droite, le rapporteur Alloncle a calqué cette stratégie de désinformation sur les travaux parlementaires : *exit* la qualité et le fond des travaux, place à de simples exigences de forme et de coups d'éclat.

Place à la politique des tweets.

Place à la politique spectacle.

À travers la publication de tweets systématiques - mettant en cause les personnes auditionnées et cela, sans même prendre en compte les éléments de réponse apportés - et des mises en cause personnelles des auditionnés sur ses réseaux sociaux, le rapporteur a déplacé les travaux de la commission d'enquête du cadre parlementaire vers la sphère des réseaux sociaux. Instaurant d'entrée un cadre de défiance et de mise en cause, les règles du jeu étaient dès le début posées : sans contradictoire ni échanges constructifs, les travaux ne pouvaient se dérouler dans un climat serein.

C'est ainsi qu'à travers des invectives, des attaques personnelles et des interventions biaisées, le rapporteur cherchait à émouvoir, à caricaturer, à juger et à dénoncer, plus qu'à construire des échanges, et renforcer notre modèle culturel et démocratique. De manière publique, il a nommé des personnes qu'il considérait comme étant "responsables" d'un complot organisé, s'appuyant sur des "on dit" et parfois sur de fausses accusations. Il s'est ainsi affranchi de toute retenue, tentant d'endosser parfois le rôle de journaliste, parfois celui de procureur. Les premiers sont pourtant tenus par des règles déontologiques et les seconds par le serment qu'ils ont prêté. Les débats ont ainsi été menés avec une latitude excessive, où les accusations primaient sur les échanges de points de vue et le respect du contradictoire. Alors que les questions s'enchaînaient, sans véritable fil directeur, dès lors que la réponse apportée ne coïncidait pas à ce que le rapporteur voulait entendre, les questions étaient systématiquement reposées de manière incisive et accusatoire. Ces méthodes sont par ailleurs appréciables par les citoyens tant chaque audition est enregistrée et disponible en ligne sur le site de l'Assemblée nationale. Plus largement, la succession des questions posées sans prise en compte apparente des réponses apportées par les auditionnés a contribué à restreindre tout débat contradictoire et à limiter le traitement de fond. Une méthode pensée au millimètre près pour privilégier les séquences d'interpellation et diffuser les "coups d'éclats". Cette limite récurrente a d'autant plus contribué à restreindre le débat contradictoire et l'approfondissement de sujets cruciaux que le débat parlementaire a été entravé. En effet, alors que certaines auditions duraient plusieurs heures, seules quelques minutes étaient laissées aux interventions des députés membres de la commission. Les quatorze députés présents se sont par exemple répartis trente-deux minutes de temps de parole lors de l'audition de Delphine Ernotte qui a duré au total presque cinq heures.

Véritable croisade idéologique, la stratégie du rapporteur témoigne d'une certaine similitude avec le maccarthysme ou la chasse aux sorcières entre le XV^e et le XVIII^e siècle. En manipulant les chiffres et les témoignages au profit de la peur et de croyances biaisées, en construisant la figure d'un "ennemi commun", l'audiovisuel public et tout ce qui s'y rattache, devient un bouc-émissaire plutôt qu'un bien commun et démocratique à faire évoluer, à construire, à soutenir. Cette stratégie est révélatrice des méthodes de l'extrême-droite : désigner un bouc-émissaire pour éviter de véritablement traiter les sujets de fond. Le rapporteur a de fait cherché à déplacer le débat du rationnel vers l'émotionnel, à entretenir un engrenage, une machine infernale. En parallèle de ces procédés inquisitoires, il a cherché, avec le soutien de certains médias, à s'ériger comme martyr, "seul contre tous" pour asseoir sa désinformation. Des méthodes reprises des années 1950, à l'inspiration maccarthyste : "Il passe maître dans l'art de monter des spectacles où il met en scène le conflit qu'il a inventé. Il serait donc le seul à oser affronter, comme un véritable martyr, [...]"³⁰.

Les échanges ont par ailleurs fréquemment reposé sur une comparaison entre les institutions de l'audiovisuel public et les entreprises de l'audiovisuel privé. Au-delà d'attaquer l'audiovisuel public, le rapporteur a cherché à s'attaquer à l'ensemble des services publics de notre pays. A travers une comparaison cantonnée à la recherche de la rentabilité et une logique de chiffres, le rapporteur a tenté d'occulter les spécificités fondamentales de l'audiovisuel public et ses missions de service public. En effet, si les acteurs privés répondent principalement - mais pas exclusivement - à une logique économique, les acteurs publics répondent quant à eux prioritairement à des missions d'intérêt général tels que l'accès à l'information de qualité, la cohésion sociale et la couverture de tout le territoire français, dont la mesure ne peut se réduire à l'audience.

Faute de fond dans les échanges, il en ressort logiquement que certaines propositions du rapport ne s'appuient sur aucune question posée ou sur aucune audition réalisée par la commission. C'est notamment le cas de la proposition formulée par le rapporteur concernant l'interdiction des émissions de télé-réalité sur l'ensemble de l'audiovisuel public ou celle concernant le détachement de la tutelle de l'audiovisuel public de la direction générale des médias et des industries culturelles (DGMIC) pour la confier à un nouveau Secrétariat général de l'audiovisuel public placé sous l'autorité du Premier Ministre.

Cette commission d'enquête ne s'est donc pas simplement inscrite dans une question de divergence politique, laquelle n'ayant d'ailleurs pu être débattue de manière sérieuse lors des travaux. Elle est au cœur d'une véritable bataille culturelle et démocratique. À travers ces travaux, et pour reprendre les mots de Émilie Agnoux, cofondatrice du Think Tank Le Sens du Service public³¹, le rapporteur d'extrême-droite "prépare les esprits. Il installe l'idée

³⁰ Yves Viltard, « Le cas McCarthy. Une construction politique et savante », *Cultures & Conflits*, 2001

³¹ Le Think Tank se présente comme regroupant «une cinquantaine d'agents publics soucieux de moderniser l'administration pour rendre

qu'un secteur devenu trop cher, trop protégé, trop idéologiquement marqué pourrait légitimement voir son périmètre réduit, son financement reconsidéré, sa structure profondément réorganisée. [...] Ce n'est plus à ceux qui veulent affaiblir le service public de démontrer la nécessité de leur projet. C'est au service public lui-même de justifier sans cesse sa légitimité, son impartialité, son utilité, son coût. Il n'est plus présumé nécessaire. Il est sommé de plaider sa cause"³².

Cette instrumentalisation de la commission d'enquête remet profondément en question le fonctionnement de nos institutions. Cet exemple est ainsi plus largement révélateur d'une dérive à l'œuvre et des détournements de la lettre comme de l'esprit de nos règles internes. Il soulève la question des limites actuelles du cadre réglementaire actuel des commissions d'enquête à l'Assemblée nationale. Il est nécessaire de le repenser pour renforcer les garanties du cadre déontologie des débats, protéger l'intégrité des personnes auditionnées et préserver les débats, le travail de fond et les divergences politiques. Si une réflexion est déjà entamée pour revoir le Règlement de l'Assemblée nationale, par les méthodes utilisées, cette commission pose également, en réalité, une autre question, qui va au-delà de la question des commissions d'enquête : face à la désinformation et aux atteintes portées à notre modèle démocratique, quel rôle pouvons-nous attendre des travaux parlementaires ?

Nous sommes convaincus, et en particulier dans une commission d'enquête parlementaire, que l'exigence démocratique oblige. Elle oblige à informer, à pointer les dysfonctionnements et à apporter des réponses aux interrogations des professionnels du secteur et de l'ensemble des citoyens. C'est pour cela que le groupe Démocrates était favorable à une commission d'enquête sur l'audiovisuel public, tant par le contrôle qui découle des dotations publiques, que par les attentes des citoyens français et les nouveaux défis que rencontre le secteur. Mais nous atteindrons un point critique dès lors que ces exigences seront détournées pour affaiblir notre modèle démocratique ; en l'occurrence, ici, particulièrement nos modèles culturels et économiques. Nous avons été de nombreux parlementaires, tous groupes confondus, à nous indigner, à hausser la voix pour interpellier sur ces méthodes biaisées. La grande majorité des Françaises et des Français a toujours connu notre modèle de démocratie. Si cette dernière est aujourd'hui installée, elle reste fragile et mérite d'être défendue pour perdurer demain.

Dans ce contexte, des enjeux pourtant déterminants sur l'avenir de l'audiovisuel public, et plus largement sur la création française et l'industrie culturelle française, n'ont été que peu voire pas traités. Et cela, alors même que nos modèles informationnels et culturels connaissent des bouleversements menaçants à la fois leurs équilibres et leurs viabilités économiques. Cette fragilisation des modèles affaiblit par là même notre démocratie.

le meilleur service aux usagers sans laisser personne au bord de la route. Les 15 fondateurs sont issus des trois versants de la fonction publique : territoriale, hospitalière et Etat.»

32 Fondation Jean Jaurès, "Audiovisuel public : un autre (vrai) débat est possible", 24/04/2026

II. Moteur économique, pilier de la création : le modèle vertueux de la culture et de l'audiovisuel

Au cours des travaux de la commission d'enquête, le Rapporteur n'a cessé d'aborder les missions de l'audiovisuel public sous le seul et unique angle de la rentabilité et du coût budgétaire, allant parfois jusqu'à adopter une stratégie très contestable de manipulation des chiffres cités. Une telle approche méconnaît la nature même de notre modèle culturel. L'audiovisuel public, au même titre que le secteur culturel, sont des secteurs économiques stratégiques qui irriguent nos territoires, fructifient chaque investissement et font vivre nos professionnels. Secteur économique stratégique, ils sont de véritables outils de souveraineté nationale au cœur d'un modèle singulier vertueux. Face à ces prises de position biaisées, il s'agit tout autant ici de rappeler que si ces missions de service public permettent de créer de la valeur, elles ne peuvent pour autant être considérées au regard d'une logique de marché. Nous nous gardons de penser qu'un élu de la Nation ait pu, en toute connaissance de cause, s'abandonner à une comparaison aussi grossière entre le secteur public et le secteur privé.

A. Le chaînon économique de la culture : une richesse, créatrice de valeur, qui irrigue les territoires

Le secteur de la culture est souvent considéré ou perçu comme un poids dans le budget de l'État. Pour de nombreuses personnalités politiques de notre pays, notre "exception culturelle" serait considérablement subventionnée. Pour les mêmes, le secteur culturel constitue la variable d'ajustement systématique lors des débats budgétaires. La réalité est bien différente. Parallèlement à sa dimension artistique, sociale et démocratique, la culture, ainsi que l'audiovisuel, sont des secteurs stratégiques pour notre pays. Loin de constituer une charge pour notre société, ils sont une véritable richesse, une source d'enrichissement qui fait largement fructifier chaque euro investi.

Selon une étude du ministère de la Culture publiée en 2025, l'ensemble des branches du secteur de la culture a généré en 2023 une valeur ajoutée de 49,5 milliards d'euros, soit 2 % du poids économique de la France. L'audiovisuel, le spectacle vivant et la publicité sont à ce titre les trois branches culturelles qui pèsent le plus au sein du secteur³³, avec respectivement 13,2 milliards d'euros, 8,6 milliards d'euros et 5,2 milliards d'euros de valeur ajoutée. **Le secteur de l'audiovisuel devance ainsi l'industrie automobile ou encore l'industrie du textile.** La télévision en est le principal pilier. Entre 2022 et 2023, le chiffre d'affaires de l'audiovisuel et de la production cinéma a augmenté de 3%. Cette valeur ajoutée témoigne d'autant plus du poids significatif de la culture dans l'économie française tant chaque euro dépensé devient un investissement plus qu'un coût. À ce titre, ces 49,5 milliards d'euros

³³ Culture Chiffres, Le poids économique direct de la culture en 2023, Nicolas Pietrzyk, 2025

de valeur ajoutée sont 5 fois plus élevés que les dotations publiques pour la culture : dans le cadre de la loi de finances initiale pour 2024, le budget du ministère de la Culture s'élevait ainsi à 4,6 milliards d'euros, auxquels s'ajoutaient les 5,3 milliards d'euros dépensés par les autres ministères en 2024 en matière culturelle³⁴, soit un total de dépenses s'élevant à environ 9,9 milliards d'euros. Dans le cadre de la loi de finances pour 2025, les dotations pour le ministère de la Culture s'élevaient à environ 4,5 milliards d'euros³⁵. Au cours des travaux de la commission d'enquête, le rapporteur a pourtant ouvertement passé sous silence cette réalité, non négligeable, du poids économique de la culture et de son effet multiplicateur, et notamment de celui l'audiovisuel public, dans notre modèle. En effet, s'il s'est obstiné sur le montant de 4 milliards d'euros que représentent les dotations budgétaires allouées à l'audiovisuel public dans le cadre du projet de loi de finances 2026, ses interprétations, sorties de leur contexte, n'ont ni pris en compte le poids économique du secteur dans notre économie nationale, ni l'effet de levier de ces investissements, ni le vivier d'emplois que le secteur génère.

« France Inter et France Culture font vendre des livres, des places de concert, des entrées de cinéma. C'est aussi leur fonction. Des attachés de presse m'ont dit, trois jours après avoir reçu un réalisateur ou un acteur, que les ventes de places de théâtre avaient explosé. C'est cela aussi, le service public. Et vraiment, nous pouvons en être fiers. On peut pointer ce qui ne marche pas, mais on peut aussi parler de ce qui marche bien »³⁶

Léa Salamé

En effet, dans son rapport d'activité de 2024, Radio France soulignait un chiffre d'affaires s'élevant à 762,3 millions d'euros en 2024³⁷. Concernant le chiffre d'affaires de France Télévision, la Cour des comptes l'établit, dans son rapport annuel de 2025, à 3,3 milliards d'euros³⁸, toutes recettes confondues (Concours publics, publicité et parrainage et autres recettes).

« Pour chaque euro de valeur ajoutée de France Télévisions, 2,4 euros additionnels sont injectés dans notre économie – un coefficient multiplicateur de 3,4. Un quart du PIB provient de la filière audiovisuelle et du cinéma, qui sont irrigués par France Télévisions ».

Stéphane Sitbon-Gomez, Directeur des antennes et des programmes de France Télévisions³⁹

³⁴ Ibid.

³⁵ Budget 2025 pour le ministère de la Culture - Projet de loi de finances 2025

³⁶ Commission d'enquête sur la neutralité, le fonctionnement et le financement de l'audiovisuel public, Audition de Léa Salamé, Hugo Plagnard, et Julien Duperray, rédacteurs en chef du journal de 20 heures de France 2, 02/02/2026

³⁷ Radio France, Chiffre clés de Radio France

³⁸ Rapport de la Cour des Comptes, Troisième chambre, troisième section, France télévisions, 10/07/2025

³⁹ Commission d'enquête sur la neutralité, le fonctionnement et le financement de l'audiovisuel public, Audition de Stéphane Sitbon-Gomez

La richesse du secteur, tant quantitative que qualitative, réside également dans le vivier d'emplois qu'il représente, dont les compétences et les savoir-faire sont reconnus. En 2020, le nombre de personnes travaillant dans le secteur de la culture en France s'élevait à plus de 739 000⁴⁰, et en 2024 par exemple, on estime à 303 000⁴¹ le nombre de personnes travaillant dans le seul secteur de l'audiovisuel (TV, cinéma, radio ...) ; un volume d'emplois quasiment égal à celui de l'automobile⁴² ou celui de l'aéronautique. Au sein de France Télévisions, ce sont près de 70 000 emplois qui sont pourvus sur l'ensemble du territoire français⁴³. Par ailleurs, en 2021 le nombre d'entreprises des secteurs culturels marchands s'élevait à environ 150 000, soit 6,6% du nombre total des entreprises, dont plus de 22 000 pour le secteur de l'audiovisuel et du multimédia⁴⁴. Les associations culturelles, bien que souvent de petites tailles, employaient au total près de 232 000 salariés en 2018⁴⁵. Tous ces emplois sont d'autant plus essentiels qu'ils sont, pour la grande majorité, non délocalisables. Ils mettent en valeur le savoir-faire français, l'excellence de nos formations, ils créent et entretiennent notre patrimoine de demain. Ainsi, chaque coupe budgétaire aura des conséquences sur les emplois du secteur. "À elle seule, France Télévisions génère près de 70 000 emplois. Une réduction de plus de 20 % des investissements représenterait plus de 12 000 équivalents temps plein et fragiliserait des dizaines de milliers de professionnels dans tout le pays. Dans le divertissement, certains évoquent jusqu'à 75 % de baisse des investissements"⁴⁶.

Avec une production annuelle avoisinant les 32 milliards d'euros par an⁴⁷ le secteur de l'audiovisuel génère par ailleurs des retombées économiques significatives et irrigue l'ensemble des territoires. Cette dynamique se traduit notamment dans la production, comme en témoignent les 537 jours de tournage de fictions réalisés par France Télévisions⁴⁸ et les 720 heures par mois de reportages sur le terrain de Radio France⁴⁹. Elle se retrouve également dans les retombées économiques locales, à l'image des 70 millions d'euros de retombées économiques directes des séries quotidiennes pour la Région Occitanie, dont 32 millions pour l'emploi local, territoire d'élection du rapporteur. De la même manière, sur la Côte d'Azur, les retombées économiques directes liées aux tournages s'élevaient à 65 millions d'euros en 2024⁵⁰. De fait, le soutien apporté aux industries culturelles publiques engendre un véritable "effet de levier" en matière de développement des territoires et de retombées économiques locales. En 2013 déjà, le Centre National du Cinéma et de l'image animée (CNC) menait une étude sur l'impact économique et social

mez et Philippe Martinetti, 18/12/2025

40 Chiffres clés, statistiques de la Culture et de la Communication 2024, Ministère de la Culture, 2025

41 Livre blanc 2025. L'exception culturelle française au défi du XXI^e siècle, La filière audiovisuelle (LaFa), 2025

42 Ibid.

43 OuestFrance, POINT DE VUE. « Audiovisuel public : le piège du coût, l'enjeu réel de souveraineté », 18/05/2026

44 Chiffres clés, statistiques de la Culture et de la Communication 2024, Ministère de la Culture, 2025

45 Ibid.

46 OuestFrance, POINT DE VUE. « Audiovisuel public : le piège du coût, l'enjeu réel de souveraineté », 18/05/2026

47 Livre blanc 2025. L'exception culturelle française au défi du XXI^e siècle, La filière audiovisuelle (LaFa), 2025

48 Ibid.

49 Rapport radio france

50 Livre blanc 2025. L'exception culturelle française au défi du XXI^e siècle, La filière audiovisuelle (LaFa), 2025

des secteurs qu'il soutient. Il y a 10 ans le constat était déjà sans appel : "Pour 1 € de soutien du CNC, 21 € de valeur ajoutée sont générés dans l'économie française"⁵¹. Concernant les investissements publics, "un euro de dépenses publiques suscite une production de 6€ et de 2,35€ de valeur ajoutée"⁵². En comparaison avec nos voisins britanniques, la contribution économique du cinéma dans l'économie nationale française est deux fois plus élevée⁵³. Les retombées du secteur de la culture sont ainsi réelles d'autant que, et nous y reviendrons, le secteur alimente le tourisme et conduit à faire bondir l'activité de territoires entiers.

CANNES : L'APOGÉE D'UN MODÈLE CULTUREL QUI RAPPORTE PLUS QU'IL NE COÛTE ?

Chaque année sous les projecteurs, le Festival de Cannes est un événement incontournable pour le secteur du cinéma. Cette manifestation culturelle de renom est d'autant plus significative qu'elle engendre des retombées économiques considérables pour le territoire. Selon la municipalité des Cannes, le festival a engendré plus de 217 millions d'euros de retombées économiques directes en 2025. "[...] l'impact du festival se mesure aussi dans les rues de la ville. Cannes, qui compte habituellement 74.820 habitants, voit sa population tripler pour dépasser les 200.000 personnes. L'an dernier, plus de 80.000 nuitées avaient été enregistrées dans les hôtels cannois, poussant une partie des visiteurs à se loger jusqu'à Antibes ou Mandelieu. [...] Hôtellerie, restauration, transports, sécurité ou événementiel : toute l'économie locale fonctionne alors à plein régime, salue la mairie"⁵⁴.

A l'image du secteur culturel de manière général, le festival de Cannes "rapporte au pays, ça ne coûte pas" tel que l'affirmait David Lisnard, alors maire de Cannes en 2024⁵⁵. En effet, si le budget total du festival s'élevait à environ 35 millions d'euros en 2024, **les retombées économiques estimées sont quasiment 6 fois plus élevées, atteignant ainsi plus de 200 millions d'euros**. "La population de Cannes est multipliée par trois. Tous ces visiteurs prennent le train, l'avion, mangent au restaurant, dorment à l'hôtel, font des visites ou, pour certains, réservent un yacht ! [...] Une édition normale du festival correspond en moyenne à 20% du chiffre d'affaire annuel des hôteliers"⁵⁶.

51 CNC, "Le cinéma et l'audiovisuel représentent 0,8% du PIB français et génèrent plus de 340 000 emplois", 22/10/2013

52 Livre blanc 2025. L'exception culturelle française au défi du XXI^e siècle, La filière audiovisuelle (LaFa), 2025

53 CNC, "Le cinéma et l'audiovisuel représentent 0,8% du PIB français et génèrent plus de 340 000 emplois", 22/10/2013.

54 Le Figaro, "Le Festival de Cannes, une machine bien rodée aux retombées économiques massives pour le territoire", Chloé Costecalde, 12/05/2026

55 France Info, "VRAI OU FAUX. Le Festival de Cannes rapporte-t-il plus qu'il ne coûte ?", Lise Roos-Weil, 09/05/2024

56 Ibid.

Ce poids économique prépondérant du secteur de la culture se confirme également sur la scène internationale puisque **les programmes audiovisuels français continuent d'être plébiscités en Europe et dans le monde : en 2023, leur exportations ont ainsi atteint 309 millions d'euros⁵⁷**. Ce sont, de la même manière, les nouvelles sorties de films français en salle à l'étranger qui sont en progression exponentielle avec une augmentation de 62% en 2022, à laquelle est corrélée une progression de 68% des recettes de films français à l'international⁵⁸, soient 201,5 millions d'euros.

Les industries culturelles représentent donc un enjeu stratégique majeur pour la France, avec en première place le secteur de l'audiovisuel dont le poids économique est conséquent et le coût réel bien loin de ce qui a été prétendu.

« L'audiovisuel public “coûte” “environ 4,75 euros par mois et par habitant pour bénéficier de six chaînes de télévision, sept antennes nationales de radio, 44 stations locales, deux chaînes parlementaires, une chaîne binationale (Arte), l'INA, et un réseau international (RFI, France 24, MCD) diffusé dans 21 langues sur 5 continents »⁵⁹

LaScam, Rapport de contre-enquête sur l'audiovisuel public

A travers différents effets de levier, chaque euro investi est réinjecté au niveau local comme au niveau national, avec des retombées économiques significatives, des recettes fiscales et un vivier considérable d'emplois non concentrés. Il est temps de mettre fin à la vision réductrice et trop souvent répandue qui considère la culture comme un coût, vision biaisée que n'a par ailleurs cessé de marteler le rapporteur lors de la commission d'enquête. Il est urgent d'apprécier le secteur audiovisuel, et plus généralement celui de la culture, à sa juste valeur.

B. Investissement et création : les fondements d'un modèle audiovisuel durable

Si le secteur de l'audiovisuel bénéficie d'un poids économique considérable, il est d'autant plus stratégique qu'il alimente un modèle vertueux. En parallèle des financements publics, s'ajoutent en effet des investissements directs de la part des producteurs et diffuseurs eux-mêmes en soutien de la création et de la diffusion des œuvres.

« Cet écosystème forme un cercle vertueux : des contenus diversifiés et accessibles nourrissent une large audience, générant des

⁵⁷ Livre blanc 2025. L'exception culturelle française au défi du XXI^e siècle, La filière audiovisuelle (LaFa), 2025

⁵⁸ Chiffres clés, statistiques de la Culture et de la Communication 2024, Ministère de la Culture, 2025

⁵⁹ LaScam, Rapport de contre-enquête sur l'audiovisuel public, 24/04/2026

revenus, qui sont ensuite réinjectés dans la création, participant à la diversité culturelle et l'excellence de l'offre audiovisuelle française ».

*Livre blanc de la Filière audiovisuelle, 2025*⁶⁰

À ce titre, France Télévisions est le premier financeur de la création audiovisuelle en France et le deuxième financeur de la création cinématographique. Si l'institution ne coûte qu'environ "57 euros par an et par Français, soit moins que cinq mois d'abonnement à Netflix Standard"⁶¹, elle a investi près de 500 millions d'euros au titre de son soutien à la création audiovisuelle et cinématographique en 2024, soit un peu plus de 30% de la contribution totale des éditeurs de télévision et des plateformes⁶², l'investissement pour ces dernières s'élevant à 373 millions d'euros. Dans son rapport sur l'exécution du cahier des charges de France Télévisions en 2024, l'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle numérique (Arcom) constatait ainsi, concernant l'investissement dans la production audiovisuelle, que "cet engagement permet de fixer la contribution de France Télévisions à un niveau nettement supérieur (+ 29,6 millions d'euros) à celui découlant de l'obligation calculée sur le chiffre d'affaires"⁶³. En parallèle, en matière d'investissement dans la production cinématographique, France Télévisions s'est par exemple engagée, dans le cadre d'un accord interprofessionnel signé en 2024, à investir au moins 80 millions d'euros par an dans les œuvres cinématographiques européennes ou françaises⁶⁴. L'institution contribue par ailleurs à hauteur d'environ 350 millions d'euros par an dans le secteur des jeux, des magazines et des divertissements⁶⁵.

Si l'audiovisuel public répond à des missions de service public, il s'inscrit pour autant dans un environnement concurrentiel, face à une multitude d'acteurs privés. Comme toute entreprise, les dirigeants en assurent la gestion avec une vision pluriannuelle, basée sur un budget et des investissements. **La révision à la baisse des crédits alloués chaque année à l'audiovisuel public rend impossible toute visibilité et fragilise toute stratégie s'inscrivant dans la durée.** Ainsi, dans le cadre du projet de loi de finances pour 2026, "France Télévisions, après une décennie de restrictions, encaisse plus de 80 millions d'euros de coupes. Près de 95 % de la baisse globale de la dotation à l'audiovisuel public est ainsi concentrée sur un seul groupe, qui représente pourtant environ 60 % du budget et 50 % des effectifs de l'audiovisuel public. Radio France voit sa dotation reculer de 4,1 millions d'euros, l'INA perd 1,5 million. Arte, France Médias Monde et TV5 Monde ont leurs dotations gelées, ce qui équivaut sous l'effet de l'inflation à une baisse réelle de leurs moyens"⁶⁶.

⁶⁰ Livre blanc 2025. L'exception culturelle française au défi du XXI^e siècle, 2025

⁶¹ LaScam, Rapport de contre-enquête sur l'audiovisuel public, 24/04/2026

⁶² Livre blanc 2025. L'exception culturelle française au défi du XXI^e siècle, 2025

⁶³ Arcom, Rapport sur l'exécution du cahier des charges de France Télévisions - Année 2024

⁶⁴ France Télévisions, Communiqué de presse du 17/05/2024, "France Télévisions et le cinéma français signent un accord historique, sur 5 ans, en faveur de la création et de l'exposition du cinéma dans toute sa diversité"

⁶⁵ Livre blanc 2025. L'exception culturelle française au défi du XXI^e siècle, La filière audiovisuelle (LaFa), 2025

⁶⁶ La Scam, Communiqué de presse "PLF 2026 : l'édifice culturel français fissuré", 04/02/2026

Proposition 1

Stabiliser le budget alloué à l'audiovisuel public à travers une loi de programmation pluriannuelle ou, a minima, sanctuariser une dotation minimale annuelle en protégeant le secteur de régulations budgétaires infra-annuelles

Ce dynamisme repose sur les cahiers des charges et des contrats d'objectifs et de moyens qui encadrent les missions de l'audiovisuel public, notamment à travers des obligations d'investissement dans la création audiovisuelle, cinématographique et dans le domaine de la musique. Ainsi, conformément à l'article 28 de son Cahier des missions et des charges, Radio France doit promouvoir "les créations dans le domaine de la musique, en donnant une place privilégiée aux œuvres d'origine nationale"⁶⁷. Chaque année, se sont de fait près de 300 commandes et acquisitions d'œuvres musicales et radiophoniques qui sont menées par Radio France⁶⁸. A elle seule, France Culture a par exemple réalisé 83 commandes et acquisitions en 2024⁶⁹. En parallèle de la production et de la diffusion de fictions sur France Culture et de la diffusion de textes originaux sur France Inter, Radio France collabore avec plusieurs acteurs dans la création et la diffusion d'œuvres audiovisuelles et sonores. À cet égard, l'institution a notamment collaboré en 2024 "avec des médias francophones publics (la RTS, la RTBF, Radio-Canada et RFI) pour la création de la seconde saison du podcast Washington d'Ici sur la dernière campagne pour l'élection présidentielle américaine"⁷⁰.

« La création originale reste un pilier de l'offre éditoriale de Radio France. Elle n'est plus un espace à part dédié aux initiés mais une démarche transversale sur l'ensemble des grilles hertziennes et numériques »

Rapport d'exécution du cahier des missions et des charges de Radio France 2025⁷¹

« Radio France soutient également la création musicale par le biais de commandes d'œuvres originales. En 2025, la direction de la musique et de la création a ainsi passé plus de 78 commandes et co-commandes »⁷². De la même manière, 23 créations d'œuvres musicales, dont 18 commandes provenant de Radio France ont été présentées par l'Orchestre Philharmonique de Radio France.

⁶⁷ Cahier des missions et des charges de Radio France

⁶⁸ ARCOM, L'audiovisuel public en France

⁶⁹ Arcom, Rapport d'exécution du cahier des charges de Radio France - Année 2024

⁷⁰ Ibid.

⁷¹ Radio France, Rapport d'exécution du cahier des missions et des charges de Radio France 2025

⁷² Ibid.

Proposition 2

Adopter des contrats d'objectifs et de moyens de l'audiovisuel public en cohérence avec une trajectoire budgétaire stable. Veiller à respecter le calendrier.

Le secteur privé gratuit contribue également à la pérennité du modèle en réinvestissant la majorité des recettes perçues grâce à la publicité dans le financement de contenus. Ainsi, si à travers différents accords signés entre l'Arcom et les éditeurs privés gratuits ces derniers contribuent de manière significative à la création de programmes audiovisuels et cinématographiques, le cumul des investissements des éditeurs de télévision privés et gratuits et des services de médias audiovisuels à la demande s'établit à plus de 820 millions d'euros sur l'année 2023 au titre des obligations audiovisuelles et cinématographiques⁷³. Pour cause, en 2024 les recettes publicitaires de télévision et de vidéos ont atteint plus de 3 milliards d'euros pour les éditeurs privés gratuits.

Du côté des éditeurs privés payants, Canal +, premier financeur de la création cinématographique, s'est engagé à investir plus de 480 millions d'euros en création en 2025, notamment en séries et cinéma, dans le cadre d'un nouvel accord avec le cinéma français⁷⁴.

Enfin, différents dispositifs locaux et nationaux favorisent les investissements dans la création. A ce titre, le Centre national du cinéma et de l'image animée, ne bénéficiant d'aucun crédits budgétaires⁷⁵ - ce que semblent oublier les élus du Rassemblement national chaque année lors du budget, a investi en 2025 plus de 772 millions dans les filières du cinéma, de l'audiovisuel et de l'image animée, dont plus de 315 millions d'euros pour le cinéma, et plus de 280 millions dans l'audiovisuel⁷⁶.

Le financement de la création audiovisuelle repose également sur le dispositif de crédit d'impôt audiovisuel permettant aux sociétés de production de déduire des impôts une partie de leurs dépenses répondant à certains critères. Ainsi, "entre 2017 et 2021, chaque euro de dépense fiscale associée au crédit d'impôt pour l'audiovisuel contribuait à localiser 7,60€ de dépenses en France. [...] Soit un niveau proche de l'autofinancement via les recettes fiscales"⁷⁷.

En définitive, l'écosystème de l'audiovisuel et des médias traditionnels repose sur un équilibre global, entre médias publics et médias privés. C'est un modèle pérenne qui s'autoalimente en investissant dans la création, la production et la diffusion. L'audiovisuel public, par l'importance de ses in-

⁷³ Livre blanc 2025. L'exception culturelle française au défi du XXI^e siècle, 2025

⁷⁴ Communiqué de presse du groupe Canal +, 03/03/2025

⁷⁵ Le CNC est affectataire du produit de neuf taxes dont l'assiette est strictement en lien avec les missions de l'établissement. Ces dépenses fiscales ont utilement évolué au gré de l'essor des plateformes.

⁷⁶ Bilan 2025 du CNC

⁷⁷ Livre blanc 2025. L'exception culturelle française au défi du XXI^e siècle, 2025

vestissements, leurs diversité et l'inscription de ces obligations dans leurs missions et obligations, est une pierre angulaire de ce modèle. Une nouvelle fois, le réduire à une dépense inutile et coûteuse est une erreur. Chaque euro versé à l'audiovisuel public est un investissement stratégique pour le modèle économique de création française.

C. L'externalisation : une adéquation entre culture et économie qui doit être mieux encadrée

Dans son rapport et au cours des travaux de la commission d'enquête, le rapporteur Alloncle préconise « d'internaliser l'ensemble des émissions de “flux” à caractère d'information, de débat, d'opinion ou qui relève de la vie politique et démocratique »⁷⁸. Cette proposition apparaît pourtant en totale contradiction avec les positions systématiquement défendues par l'extrême-droite qui, comme nous l'avons vu, cherche constamment à réduire drastiquement le budget et les moyens alloués à la culture. Cela étant, nous ne sommes plus à une contradiction près ... En effet, une internalisation totale et généralisée des moyens de production supposerait des investissements importants à travers la mobilisation supplémentaire de nombreux salariés et le financement d'infrastructures coûteuses. Par définition, on ne peut appeler à l'internalisation totale des productions tout en faisant de la réduction des moyens alloués au secteur de la culture un objectif prioritaire. Le recours à une production en partie externalisée favorise ainsi une limitation des coûts fixes que devront supporter les diffuseurs, favorise les investissements et leur permet de s'adapter continuellement aux besoins réels des programmes. “Il conviendrait pour faire face à ces décisions d'arrêt de créer de nouveaux formats et de les opérer en interne, ce qui aurait pour effet de générer des coûts supplémentaires : en effet, les moyens internes de fabrication [...] sont aujourd'hui saturés et il serait donc indispensable de procéder à des recrutements supplémentaires, ainsi qu'à de nouveaux investissements techniques (plateaux...)”⁷⁹.

Au-delà de ces considérations budgétaires, l'externalisation de la fabrication de programmes est une obligation qui s'inscrit dans une construction législative ancienne et constante, visant à préserver la diversité de la création. À travers la Loi Léotard de 1986 visant notamment à soutenir la création et l'existence d'un secteur de producteurs indépendants, à travers les décrets Tasca de 2001, une part majoritaire devait être consacrée à la production indépendante pour soutenir l'écosystème et préserver le pluralisme⁸⁰. Depuis 2015, ces exigences ont été assouplies, permettant à France Télévisions de renforcer sa production interne, tout en préservant l'obligation de consacrer une part significative de son budget à la production indépendante.

⁷⁸ Proposition 22, Rapport au nom de la commission d'enquête sur la neutralité, le fonctionnement et le financement de l'audiovisuel public, 27/04/2026

⁷⁹ Réponse de France Télévisions au rapport de la commission d'enquête sur la neutralité, le fonctionnement et le financement de l'audiovisuel public; 13/05/2026

⁸⁰ LaScam, Rapport de contre-enquête sur l'audiovisuel public, 24/04/2026

La dimension économique de l'externalisation ne peut en effet être décorrélée de toute dimension culturelle. L'externalisation des productions va dans le sens d'une promotion du pluralisme et du soutien à la création. "L'objectif était justement d'éviter la concentration de production autour d'un seul diffuseur et de nourrir tout l'écosystème de la production". En effet, et contrairement à ce qui a été avancé lors des échanges en commission, cette organisation est un premier rempart contre l'uniformisation d'une ligne éditoriale et permet d'éviter des dérives de la part d'un diffuseur qui aurait une mainmise totale sur la production des œuvres. En ce sens, le groupe France Télévisions précise par exemple qu'il a contracté avec près de "850 fournisseurs en 2025, dont 712 peuvent être considérés comme indépendants selon l'approche esquissée dans le rapport (hors grands groupes)"⁸¹. **L'externalisation en matière de production culturelle permet de lutter contre la concentration massive des acteurs au pouvoir de décision éditoriale.** Grâce à ce soutien au **pluralisme culturel**, la création ne peut ainsi qu'être renforcée par la représentation de regards différents et de sensibilité multiples.

Interdire totalement l'externalisation revient également à méconnaître les spécificités réelles des professions du secteur. De fait, nous l'avons vu, les métiers de l'audiovisuel et plus généralement de la culture reposent sur une multitude de savoir-faire uniques, des besoins spécifiques et des formations d'excellence, au cœur de notre souveraineté culturelle. Internaliser la production ne permet pas de rendre compte de cette multitude de talents, que nous formons et accueillons. Documentaire, fiction, divertissement, animation ... Chaque production mobilise des équipes au profil différent, des métiers qui s'adaptent en fonction du matériel et de la technologie disponible, des besoins du diffuseurs et des contraintes de production. Produire ne revient pas à exécuter, mais résulte d'une véritable adaptation des savoir-faire propres à chaque cas. Il n'est ni raisonnable ni souhaitable pour un diffuseur de disposer de l'ensemble des compétences pour exceller dans chaque domaine. Au contraire, chaque externalisation permet de cibler les équipes les plus qualifiées en fonction du type de programme souhaité. Cela permet de travailler avec les réseaux professionnels, riches et diversifiés, et non en vase clos. Pour autant, cela ne doit pas empêcher les diffuseurs de soutenir et de renforcer les productions internes. Depuis 2015 France Télévisions a investi dans de nouveaux moyens, ce qui a permis à France.tv Studio de multiplier par quatre son volume d'heures produites.

Proposition 3

Mieux encadrer les dispositions relatives aux externalisations des productions par les diffuseurs pour assurer plus de transparence et plus de suivi dans les recours aux organismes de production, notamment en sortant d'une logique quantitative de quota, pour une logique qualitative de réel soutien à la création indépendante.

⁸¹ Ibid.

Proposition 4

Rééquilibrer le partage des droits entre le diffuseur et le producteur, pour soutenir les investissements publics dans la production.

Proposition 5

Moderniser le cadre législatif et réglementaire des obligations d'externalisation pour l'adapter à l'émergence d'un nouvel espace informationnel, notamment en matière de contenus numériques et de création sonore.

Enfin, trop souvent présenté comme un affaiblissement de contrôle sur la ligne éditoriale, les émissions résultant d'une externalisation des productions sont pourtant contrôlées par l'Arcom, au même titre que les émissions produites en interne. Chaque émission doit ainsi tout aussi bien répondre aux exigences de pluralisme qu'aux exigences déontologiques. Dans le cadre des externalisations, le diffuseur, à l'origine de l'externalisation de la production, n'est aucunement exonéré de sa responsabilité éditoriale. Il demeure en effet responsable du respect des contenus diffusés vis-à-vis du cadre légal et réglementaire.

III. L'audiovisuel public, amplificateur de vitalité démocratique et vecteur de cohésion sociale

Au-delà des enjeux économiques, le secteur de l'audiovisuel, et en particulier l'audiovisuel public, occupe plus largement une place centrale dans la vitalité démocratique. Acteur de cohésion sociale, rempart face à la montée de l'individualisme et moteur de la circulation de l'information, ces médias traditionnels renforcent la qualité du débat dans l'espace public et nourrissent le collectif.

A. La circulation d'une information de qualité, une exigence démocratique

Le droit à l'information est à la base de toute démocratie. En miroir il n'est pas faux de dire que tout régime autoritaire entretient l'ignorance des populations. D'un régime à l'autre, c'est l'esprit critique des citoyens qui est en jeu. L'histoire montre que **lorsqu'un régime autoritaire cherche à s'imposer, sa première cible est le modèle informationnel**, qu'il cherche à affaiblir et à contrôler. Car **une société informée est une société qui pense**. Une société qui pense est une société qui se mobilise pour défendre ses droits

et libertés lorsque ceux-ci sont menacés. Garantir l'accès à une information fiable, indépendante et pluraliste est une condition essentielle du fonctionnement démocratique. L'espace informationnel, en respectant les principes de pluralisme, de diversité d'opinion, de liberté d'expression et d'exigence déontologique, permet la confrontation d'opinions, la recherche de solution commune et la communication entre les citoyens. Soutenir la circulation de l'information est le meilleur outil pour lutter contre une société cristallisée et un débat polarisé. **L'accès à l'information est ainsi un droit individuel quand l'information est un bien public.** Il apparaît dès lors essentiel de préserver et de renforcer les médias qui répondent à une exigence de qualité, de fiabilité et d'intérêt général pour protéger notre souveraineté nationale. **L'audiovisuel public, en tant que service public, est investi de missions spécifiques d'intérêt commun qui dépassent les seules logiques économiques pour répondre à des exigences déontologiques.** Garant d'un espace de l'information ouvert, il est un acteur central qui nourrit et anime ainsi le débat public. Cette mission bénéficie d'une reconnaissance citoyenne significative : près de 8 Français sur 10 considèrent par exemple que les services de Radio France apportent des informations fiables et 91% des auditeurs estimaient en 2024 que Radio France était utile pour la société⁸². L'audiovisuel public œuvre chaque jour pour diffuser une information de qualité, produite de manière éthique et transparente. Depuis 2017, France Médias Monde s'appuie sur une charte de déontologie journalistique structurée autour de différents principes fondamentaux, allant du traitement rigoureux de l'information à la vigilance dans les environnements numériques, en passant par le respect de l'indépendance et des règles de la profession de journaliste⁸³. Ce dispositif est notamment complété par un code de conduite anticorruption et d'un guide des bonnes pratiques de l'investigation, mis à la disposition des journalistes.

« Porteurs de sens, [les médias] produisent des valeurs démocratiques indispensables au bon fonctionnement de notre société. Avec la première d'entre elles, la liberté, la liberté d'expression, la liberté de communication. »

Nathalie Sonnac⁸⁴

Mais si une information fiable et de qualité est nécessaire, elle ne se décroète pas, elle se construit. Elle suppose un travail journalistique minutieux, de collecte et de vérification des informations. La production d'une telle information résulte en effet d'un travail coûteux et chronophage qui, dans une recherche d'exactitude et de vérité, doit respecter un cadre déontologique précis. Dès lors, **chaque coupe budgétaire et chaque réduction des moyens qui pèsent sur l'audiovisuel public exercent une pression directe sur les conditions de production et de diffusion de l'information, et sur la qualité même de ce travail.**

⁸² Radio France, Rapport d'activité 2024

⁸³ France Médias Monde, Déontologie et transparence

⁸⁴ *Le nouveau monde des médias, Une urgence démocratique*, Nathalie Sonnac

En opposition aux cercles restreints de la société bourgeoise d'un autre temps, qui ont longtemps caractérisé la vie publique, **les médias traditionnels démocratisent aujourd'hui le débat, élargissent l'opinion publique et soutiennent la capacité de tout un chacun à participer à la vie politique.** Loin d'être un bien marchand qui répond aux lois du marché, ils ont une véritable **fonction démocratique** et chaque lien entre un citoyen et une information de qualité contribue à la démocratie. Chaque citoyen qui a accès à une information fiable renforce la capacité collective de la société à débattre. **Le débat d'idée est en effet la condition première à l'émancipation, à la souveraineté populaire et à l'exercice des droits des citoyens.** La circulation des idées et la confrontation des opinions enrichissent le débat démocratique et permettent, à chaque citoyenne et chaque citoyen, d'exercer ses droits de manière souveraine et éclairée. Si les médias traditionnels sont à la fois un pilier et un résultat des sociétés démocratiques, ils jouent un rôle fondamental dans la lutte pour le respect des droits humains. George Orwell écrivait ainsi : "Aussi longtemps qu'elles n'ont pas d'élément de comparaison, [les masses] ne se rendent jamais compte qu'elles sont opprimées"⁸⁵. En ce sens, **l'UNESCO consacre l'accès à l'information en tant que liberté fondamentale**⁸⁶ de même que l'article 19 du Pacte international relatif aux droits civils et politiques adopté par l'Assemblée générale des Nations Unies : "Toute personne a droit à la liberté d'expression ; ce droit comprend la liberté de rechercher, de recevoir et de répandre des informations et des idées de toute espèce, sans considération de frontières, sous une forme orale, écrite, imprimée ou artistique, ou par tout autre moyen de son choix "⁸⁷. Ce rôle structurant des médias est reconnu par les citoyens. Selon une étude de l'Arcom, 65% des auditeurs considèrent que la radio participe à l'animation du débat politique et démocratique du territoire⁸⁸ et 88% des auditeurs considèrent que la radio est un média qui peut être utile au quotidien. De manière plus générale, près de 80% des Français estiment que le journalisme est un métier utile et qu'il est indispensable dans une société démocratique⁸⁹. Les consommateurs de médias sont ainsi attachés à la démocratie et aux principes et aux valeurs citoyennes qui la fondent. "Ils sont quasi unanimes quant à l'importance de la vie locale (94 %), du droit de vote (93 %), de la démocratie (92 %), de la liberté d'expression (92 %) et de l'attachement à la nation (92 %)"⁹⁰.

L'accès et la consommation de l'information sont par ailleurs étroitement liés à l'engagement citoyen et politique, symbole d'une démocratie qui vit et qui fonctionne. À l'échelle locale par exemple, et nous reviendrons sur le rôle central de l'audiovisuel public, "les individus engagés affichent une surconsommation médiatique marquée, particulièrement vis-à-vis des médias locaux. Par exemple, ceux qui consomment fortement des médias locaux (16 % des Français) sont deux fois plus impliqués (27 %) dans la vie

⁸⁵ Georges Orwell, 1984

⁸⁶ "Droit à l'information", unesco.org

⁸⁷ Pacte international relatif aux droits civils et politiques, adopté le 16 décembre 1966 par l'Assemblée générale dans sa résolution 2200 A (XXI)

⁸⁸ Arcom, "Les Français et la radio", 05/06/2025

⁸⁹ ICI, "Plus de 8 Français sur 10 estiment que le journalisme est un métier utile", 25/03/2024

⁹⁰ Fondation Jean Jaurès, "Vers des déserts médiatiques en France. La Démocratie peut-elle survivre sans médias ?", 18/11/2025

communale que ceux qui n'en consomment pas (13 %)"⁹¹. Cette capacité des médias à favoriser l'engagement citoyen se vérifie particulièrement dans les initiatives portées par l'audiovisuel public. A cet égard, pour soutenir cet engagement citoyen, le réseau ICI a lancé une grande consultation citoyenne en 2025 dans le cadre des élections municipales de mars 2026. La consultation "Ma commune, mon maire et moi" a recueilli plus de 80 000 participations, précisant l'opinion des citoyens et les sujets qui leur paraissent prioritaires⁹². Du côté de France Télévisions, les rédactions se sont par exemple mobilisées sur la dissolution de l'Assemblée nationale et les élections législatives anticipées pour présenter les enjeux du scrutin. "Avec deux Français sur trois touchés par nos rendez-vous politiques de la campagne des législatives anticipées, France Télévisions s'est une nouvelle fois imposé comme média de référence dans la couverture des grands temps forts de la vie démocratique"⁹³. De la même manière, la consommation des médias est corrélée à la participation électorale, rouage de la vie démocratie et citoyenne du pays. "L'analyse montre un lien net entre régularité du vote et consommation des médias. Les électeurs assidus se distinguent par une surconsommation, aussi bien des médias généralistes que locaux. Cela est marquant concernant les Français déclarant voter à toutes les élections : les forts consommateurs de médias locaux sont 87 % à déclarer voter à chaque élection, contre 62 % seulement chez les non-consommateurs de médias locaux. Les abstentionnistes se caractérisent par une faible consommation et une forte présence parmi les non-consommateurs de médias"⁹⁴.

« Sans liberté de la presse, la démocratie ne peut survivre. Sans liberté d'expression, il n'y a pas de liberté tout court »

António Guterres, Secrétaire général de l'ONU⁹⁵

La circulation d'une information exigeante contribue par ailleurs à la transparence des décisions politiques. Lieu de débat et de formation d'un esprit critique, les médias, à travers l'information du plus grand nombre, permettent de contrôler l'action publique, condition *sine qua non* de la vie démocratique. Le journalisme rend ainsi possible l'existence d'un contre-pouvoir en créant le débat nécessaire à la représentation démocratique⁹⁶. Grâce à la circulation de l'information, l'opinion publique peut se saisir d'un sujet, d'un enjeu politique. Au-delà des médias d'investigation, qui enquêtent, révèlent et dénoncent, les médias rendent publiques des informations d'intérêt général qui permettent aux citoyens de développer une opinion éclairée et de limiter le monopole de la classe politique. "La liberté d'expression vaut non seulement pour les "informations" ou "idées" accueillies avec faveur ou considérées comme inoffensives ou indifférentes, mais aussi pour celles qui heurtent, choquent ou inquiètent l'État ou une fraction de la population"⁹⁷.

91 Fondation Jean Jaurès, "Vers des déserts médiatiques en France. La Démocratie peut-elle survivre sans médias ?", 18/11/2025

92 Radio France, Bilan d'activités de 2025

93 France Télévisions, Rapport d'activité de 2024

94 Fondation Jean Jaurès, "Vers des déserts médiatiques en France. La Démocratie peut-elle survivre sans médias ?", 18/11/2025

95 Nations Unies, "Sans liberté de la presse, la démocratie ne peut survivre" - António Guterres", 15/09/2022

96 Gauchet Marcel, « Contre-pouvoir, méta-pouvoir, anti-pouvoir » dans *Le Débat* n° 138, Paris, Gallimard, 2006

97 Cahiers français, "Le journalisme, quatrième pouvoir ?", 2018

B. L'audiovisuel public, acteur de cohésion sociale à l'ère d'une individualisation généralisée

En parallèle de ses missions essentielles de production et de diffusion d'informations de qualité, l'audiovisuel public occupe, par définition, une place singulière au sein de notre modèle démocratique tant il repose sur des missions d'intérêt général. Ses opposants tentent pourtant régulièrement de réduire le débat à des questions de rentabilité, de marché et de coûts. Pourtant, même si nous l'avons vu, l'audiovisuel public rapporte pourtant plus que ce qu'il ne coûte, cette approche méconnaît profondément sa raison d'être. L'audiovisuel public n'a jamais eu vocation à répondre aux exigences de marché mais bien à servir l'intérêt général et à œuvrer en faveur de la cohésion sociale.

« Les journalistes de nos quarante quatre radios locales font leurs courses avec les gens qui habitent à côté de chez eux, ils mettent leurs enfants dans les mêmes écoles, ils connaissent le terrain. Par ailleurs, 25 % des journaux de nos antennes nationales sont alimentés par des contenus produits par les antennes locales, qu'il s'agisse des reportages ou des témoignages. Cela donne à nos antennes nationales la capacité de faire remonter tout ce qui se passe sur le terrain en France. »⁹⁸

Sibyle Veil

« L'audiovisuel public, pour moi, est le garant de la démocratie ou l'un des garants de la démocratie et de la cohésion sociale. Au fond, c'est lui qui permet l'accès de tous, par une programmation exigeante, à la culture, qui est évidemment un instrument d'émancipation et d'accès au savoir. C'est lui qui permet la représentation équilibrée des territoires et des sensibilités. »⁹⁹

Matthieu Pigasse

Dans une période marquée par la montée de l'individualisme, la fragmentation de toute conscience de groupe et des espaces de discussion, **le service public de l'audiovisuel demeure un outil de souveraineté démocratique tant il continue de tisser du lien social et d'œuvrer au maintien d'espaces communs.** L'audiovisuel public est dévoué à la cohésion sociale, à la création d'un maillage entre les citoyens et les territoires en participant à la fabrication d'un récit collectif. Là où les logiques de segmentation tendent à isoler les individus dans des univers informationnels et culturels distincts,

⁹⁸ Audition de Sibyle Veil, présidente-directrice générale de Radio France, dans le cadre de la commission d'enquête sur la neutralité, le fonctionnement et le financement de l'audiovisuel public, 17/12/2025

⁹⁹ Audition Xavier Niel, de Jérôme Nommé et Matthieu Pigasse, dans le cadre de la commission d'enquête sur la neutralité, le fonctionnement et le financement de l'audiovisuel public, 02/04/2026

l'audiovisuel public, à travers ses programmes de culture et des tournages en région, permet de raconter, de dialoguer, de reconnaître. Il valorise les initiatives locales et promeut les événements culturels et sociaux. **Par sa proximité sociale et géographique, l'audiovisuel public raconte le quotidien des citoyens aux quatre coins du territoire français, il reflète les réalités et enjeux locaux au niveau national.** Tel un artisan qui tisse un tapis en assemblant de multiples fils, l'audiovisuel public crée un espace commun en reliant les territoires, les quotidiens et les expériences locales. D'individualités, il tisse ainsi un ensemble partagé qui fait réellement société. Cette ambition nourrit le projet stratégique de Radio France qui repose en partie sur le développement d'une offre de proximité pour garantir un accès juste à l'information sur l'ensemble du territoire. L'institution repose ainsi sur 720 heures de reportages terrain par mois sur les antennes¹⁰⁰, plus de "44 stations locales et [sur] son réseau de reporters en résidence"¹⁰¹. Dans le même sens, France Télévisions s'appuie sur 4 chaînes nationales, 24 antennes régionales, 9 antennes ultramarines, garantissant une représentation de tout le territoire¹⁰², 19 rédactions locales et 62 bureaux d'information de proximité¹⁰³. Chaque jour, ce sont près de 5,3 millions de téléspectateurs qui suivent les journaux régionaux¹⁰⁴. Le rôle central de l'audiovisuel public lors de la pandémie du Covid-19 est le témoin de cet enjeu de cohésion sociale : France Télévisions était ainsi "en première ligne pendant la crise du covid"¹⁰⁵ avec la diffusion d'émissions d'information et de journaux télévisés qui ont enregistré des audiences records, des contenus éducatifs qui ont touché près d'un million d'enfants chaque jour et le maintien du soutien à la création et à l'exposition des œuvres artistiques¹⁰⁶. L'enjeu est de taille. Emilie Agnoux, cofondatrice du Think Tank Le Sens du Service public écrivait ainsi cette politique-fiction : "2032. [...] Dans des dizaines de villes moyennes, on a cessé de voir à l'écran celles et ceux qui racontaient la vie locale. Plus de suivi patient sur une maternité menacée, sur une ligne ferroviaire abandonnée, sur la fermeture d'un bureau de poste, sur les difficultés d'un hôpital ou la disparition d'un commerce essentiel. Le territoire ne redevenait visible qu'à la faveur d'une crise. [...] La République continuait à se dire une, mais elle se racontait de moins en moins dans toute son étendue"¹⁰⁷.

L'audiovisuel public n'a pas été créé pour être rentable. L'audiovisuel n'est pas financé pour être rentable. **Il trouve sa justification essentielle-ment dans des missions d'intérêt général et de cohésion sociale.** Ainsi, dans la continuité de la diffusion d'une offre de proximité géographique, l'audiovisuel public diffuse une offre de proximité sociale et culturelle. En rendant accessible les contenus sportifs, culturels et de divertissement au

¹⁰⁰ Radio France, Bilan d'activité de 2025

¹⁰¹ Ibid.

¹⁰² France Télévisions, Le Groupe France Télévisions

¹⁰³ France Télévisions, Rapport d'activités 2024

¹⁰⁴ Ibid.

¹⁰⁵ Audition de Delphine Ernotte Cunci, présidente de France Télévisions, et Christophe Tardieu, secrétaire général, dans le cadre de la commission d'enquête sur la neutralité, le fonctionnement et le financement de l'audiovisuel public, 10/12/2025

¹⁰⁶ Ibid.

¹⁰⁷ Fondation Jean Jaurès, "Audiovisuel public : un autre (vrai) débat est possible, 24/04/2026

plus grand nombre, gratuitement, il réaffirme un principe simple : le sport et la culture ne doivent pas diviser, ils doivent au contraire rassembler les citoyens, fédérer les territoires et favoriser le sentiment d'appartenance. Mais ce rassemblement ne peut avoir lieu si l'accès à de tels contenus est limité, fracturé, et conditionné à des ressources économiques lorsqu'un abonnement est nécessaire.

« Imaginer notre disparition, c'est projeter une société où tout un pan de notre culture commune sera effacé d'un trait de plume.

Est-ce rentable de mobiliser trente heures d'antenne pour soutenir le Téléthon [...] Non. Est-ce rentable de consacrer une première partie de soirée à un débat sur les 120 ans de la loi sur la laïcité comme hier soir sur France 2 ? Non.

Est-ce rentable de diffuser des émissions consacrées à toutes les religions chaque dimanche ? Non.

D'être le groupe média qui investit le plus dans le genre documentaire au monde, qui capte des dizaines de concerts, opéras ou pièces de théâtre chaque année, finance soixante films de cinéma ? Non.

Est-ce rentable de proposer des offres éducatives pour les jeunes publics ? Non.

De diffuser gratuitement et sans abonnement le Tour de France ? Non plus. »¹⁰⁸

Delphine Ernotte Cunci

Par la diffusion de grands événements sportifs et d'une offre sportive diversifiée, l'audiovisuel public contribue à la démocratisation du sport et à la valorisation de certaines pratiques. Il construit des expériences collectives et les diffuse sur l'ensemble du territoire. Ainsi, l'article 8 du cahier des charges de France Télévisions précise que "France Télévisions s'efforce de conserver la diffusion en direct sur ses services nationaux de télévision ainsi que sur ses services de communication au public en ligne des événements sportifs d'importance majeure ou qui font partie du patrimoine national sans pour autant omettre de proposer un très large éventail de disciplines sportives"¹⁰⁹.

¹⁰⁸ Audition de Delphine Ernotte Cunci, dans le cadre de la commission d'enquête sur la neutralité, le fonctionnement et le financement de l'audiovisuel public, 10/12/2025

¹⁰⁹ Cahier des charges de la société nationale de programme France Télévisions

LES JEUX OLYMPIQUES ET PARALYMPIQUES DE PARIS 2024 : LA COUVERTURE D'AMPLEUR D'UN ÉVÈNEMENT FÉDÉRATEUR

Tout a commencé le 8 mai 2024, à Marseille. Pour diffuser l'arrivée de la flamme olympique à bord du Belem, France Télévisions a diffusé 16 heures de direct. Ce même jour, Radio France a dévoilé le thème musical des JOP2024, enregistré par les trois formations musicales de Radio France¹¹⁰. Tout au long des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024, France Télévisions a couvert les épreuves et rencontres sportives pour les rendre accessibles, et a pleinement mobilisé ses équipes sur le territoire français. 96% de la population a ainsi suivi les Jeux Olympiques sur les antennes de France Télévisions¹¹¹. Le groupe a également délocalisé quatre plateaux au coeur de Paris, a diffusé près de 50 heures par jour sur France 2 et France 3 et plus de 250 heures sur la chaîne numérique france.tv¹¹². Le groupe s'est également appuyé sur les antennes régionales et ultramarines dans la couverture des événements locaux. Les Jeux Paralympiques, qui ont bénéficié d'une exposition comparable aux Jeux Olympiques, ont été suivis par près de 50 millions de Français et ont donné lieu à 300 heures d'antenne sur France 2 et France 3.

De manière complémentaire, Radio France a mobilisé 18 experts de renom dans le cadre des Jeux Olympiques et Paralympiques pour partager leurs expertises et expériences respectives. Le groupe a par ailleurs mobilisé plus de 200 musiciens issus de ses formations musicales pour accompagner le parcours de la parade fluviale.

L'audiovisuel public est structurant dans la diffusion des événements sportifs. En 2022, l'Arcom a rappelé l'importance de l'accès de tous les citoyens à une offre de sport large en télévision gratuite¹¹³. En reconnaissant le rôle fédérateur et stratégique du sport, la loi du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication et le décret n°2004-1392 du 22 décembre 2004¹¹⁴ prévoient un dispositif conditionnant la retransmission intégrale de certaines compétitions sportives d'importance majeure au plus grand nombre, grâce à un service de télévision gratuit et en accès libre¹¹⁵. Les finales de Roland-Garros, le Tour de France masculin, le tournoi de rugby des Six Nations, la finale de la Ligue des champions de football sont ainsi par exemple inclus dans la liste des 21 événements d'importance majeure¹¹⁶. Avec la diffusion de 1530

¹¹⁰ Radio France, *Les Jeux olympiques et paralympiques 2024 à vivre sur les antennes de Radio France*

¹¹¹ France Télévisions, *Rapport d'activité 2024*

¹¹² *Ibid.*

¹¹³ Arcom, *Tournoi de Roland-Garros 2022 : Pour le sport, l'Arcom monte au filet*

¹¹⁴ Légifrance, Décret n°2004-1392 du 22 décembre 2004 pris pour l'application de l'article 20-2 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication.

¹¹⁵ *Vie publique*, "Sport à la télévision : les règles de retransmission en quatre questions", 2022

¹¹⁶ *Ibid.*

heures de sport sur les antennes nationales et 890 heures sur les antennes régionales, France Télévisions rend les événements sportifs accessibles et valorise le sport féminin. 60 millions de Français ont regardé au moins 15 minutes de sport sur les antennes de France télévisions, 35,6 millions de Français ont suivi le Tournoi masculin des Six Nations et ils sont 15 millions à avoir suivi le Tournoi féminin¹¹⁷. Les événements sportifs attirent et rassemblent grâce à l'audiovisuel public qui diffuse ce que le secteur privé ne pourrait diffuser, faute de rentabilité de ces missions.

« Ma première conviction, c'est que le sport n'est pas un contenu comme les autres ; il est un levier d'inspiration. [...] Le sport est un fait social majeur : il structure les imaginaires collectifs, irrigue les territoires, crée du lien quand la société se fragmente, rassemble quand le débat public se polarise... Il demeure l'un des rares moments de communion collective vécu simultanément par des millions de citoyens, quels que soient leur âge, leur origine sociale ou leurs convictions. Nombreux sont ceux qui ont des souvenirs communs des finales de Coupe du monde de football auxquelles la France a participé »

*Laurent-Éric Le Lay*¹¹⁸

Entériner l'arrêt des diffusions sportives par l'audiovisuel public serait un acte fort de fragmentation sociale et d'accroissement des inégalités économiques. En confiant exclusivement cette mission aux acteurs privés, nous prendrions le risque de conditionner l'accès aux grandes compétitions sportives à la souscription d'abonnements et, par conséquent, aux ressources économiques et financières de chaque auditeur. Les événements sportifs n'auraient plus aucune dimension fédératrice, porteuse de cohésion sociale et contribuant au récit collectif, mais seraient des événements de division et d'exclusion, renforçant par ailleurs les inégalités.

« Le service public, soumis à un cahier des charges exigeant, il ne faut pas l'oublier, est pour beaucoup de nos compatriotes un acteur central pour leur information, pour l'accès au savoir, à la culture, à la connaissance, au divertissement mais aussi pour l'accès – en clair, modalité qui tend à disparaître – aux événements sportifs majeurs auxquels ils sont attachés, comme le Tour de France, pour ne citer que celui-là »¹¹⁹

Roch-Olivier Maistre

¹¹⁷ France Télévisions, Rapport d'activité 2024

¹¹⁸ Audition de Laurent-Éric Le Lay, directeur des sports de France Télévisions, Pascal Golomer, directeur délégué aux sports, chargé de l'éditorial, et Céline Abisror Abbo, directrice déléguée aux droits sportifs à France Télévisions, dans le cadre de la commission d'enquête sur la neutralité, le fonctionnement et le financement de l'audiovisuel public, 22/01/2026

¹¹⁹ Audition de Roch-Olivier Maistre, dans le cadre de la commission d'enquête sur la neutralité, le fonctionnement et le financement de l'audiovisuel public, 11/12/2025

L'audiovisuel public favorise de la même manière la cohésion sociale en endossant un rôle d'accès à la culture et au divertissement. En diffusant plus de 1000 concerts en 2022 et plus de 800 heures de culture chaque mois en 2025, l'offre de Radio France est devenue centrale dans la découverte musicale. En 2025, à elle seule l'antenne de France Musique a diffusé plus de 130 concerts et a attiré en moyenne 125 000 auditeurs en direct tous les soirs¹²⁰. En 2025 la maison de la Radio et de la Musique a par ailleurs accueilli le festival Hyper Weekend Festival, dédié à la création musicale et aux rencontres artistiques et musicales¹²¹. Les quatre formations musicales de Radio France ont par ailleurs donné plus de 270 concerts. "L'année 2025 a montré que les formations musicales de Radio France continuent d'être présentes dans les moments qui "font Nation". Aux côtés des équipes éditoriales de Radio France, elles se sont mobilisées pour faire vivre en direct la cérémonie de commémoration du 13 novembre 2025, temps fort de la mémoire collective de notre pays"¹²². Une offre culturelle riche est également proposée par France Télévisions avec plus de 800 émissions culturelles et près de 300 événements culturels soutenus¹²³. En couvrant les grands événements culturels telle que la réouverture de la cathédrale Notre-Dame ou en diffusant les captations de spectacles, **France Télévisions rapproche la culture de son public et valorise la création.**

« Les médias de service public sont des acteurs de premier plan de notre vie culturelle ; jamais les chaînes privées ne pourront comme eux diffuser autant de musique, de films, de spectacles, faire la promotion de livres ni dédier autant d'heures à la culture – dix-neuf heures par semaine sur Radio France, plus de 950 programmes culturels sur France Télévisions. Aucune chaîne privée ne pourrait faire cela. »

Rima Abdul Malak, Ancienne ministre de la Culture¹²⁴

Enfin, l'audiovisuel public place la diversité et l'égalité au cœur de sa mission de service public. En valorisant l'accessibilité des programmes, avec la traduction en langue des signes, et en faisant la promotion de la diversité, de l'inclusivité et du vivre-ensemble à travers sa programmation, France Télévisions s'engage pour la cohésion sociale et la lutte contre les discriminations¹²⁵. Signataire de la Charte égalité femmes/hommes dans les rédactions sportives, élaborée par l'association Femmes journalistes de sport (FJS) et engagé autour du collectif 50/50, France Télévisions a préfinancé près de 40% de fictions réalisées par des femmes fin 2023 et 47% des documentaires préfinancés ont été réalisés par des réalisatrices¹²⁶. Engagés pour lutter

¹²⁰ Radio France, Bilan d'activités 2025

¹²¹ Ibid.

¹²² Ibid.

¹²³ France Télévisions, Rapport d'activité 2024

¹²⁴ Audition de Aurélie Filippetti, Franck Riester, Roselyne Bachelot, et Rima Abdul-Malak (en visio), anciens ministres de la Culture, dans le cadre de la commission d'enquête sur la neutralité, le fonctionnement et le financement de l'audiovisuel public, 04/02/2026

¹²⁵ Ibid.

¹²⁶ France Télévisions, Mixité et égalité femmes/hommes

contre toutes les formes de discrimination, France Télévisions collabore par ailleurs “avec une quinzaine d’école de journalisme et pour 8 d’entre elles, un partenariat/mécénat diversité a été mis en place, par le biais de conventions, afin de recruter des étudiants boursiers issus de la diversité”. Radio France a maintenu sa politique en faveur de la diversité et de l’égalité notamment en renouvelant sa signature de la Charte d’Engagement LGBTQ+ de l’Autre Cercle en 2025. En renouvelant sa signature, Radio France s’engage ainsi à prévenir les propos et comportements discriminatoires, et accompagner les personnes en situation de discrimination¹²⁷.

C. L’offre jeunesse de l’audiovisuel public : entre divertissement, construction et éducation

Nos enfants et jeunes d’aujourd’hui sont nos citoyens de demain. Pour répondre à ses missions d’intérêt général, l’audiovisuel public doit s’adresser à l’ensemble de la population, y compris aux citoyens les plus jeunes, qui se trouvent par ailleurs être les plus vulnérables. Si cette catégorie de la population est significativement plus exposée aux écrans, il est nécessaire d’adapter les contenus qui leur sont proposés et de proposer une offre jeunesse solide et diversifiée. En effet selon une étude de Santé Publique France, “en 2022, la quasi-totalité des enfants de 3-11 ans passait du temps régulièrement devant les écrans, principalement la télévision. Ce temps augmentait avec l’âge passant de 1h22 par jour en moyenne chez les enfants de 3-5 ans à 2h33 chez ceux de 9-11 ans. Ce temps était deux fois plus important les jours sans école en comparaison des jours d’école”. L’exposition aux écrans est quotidienne et systématique”¹²⁸. L’Arcom reconnaît ainsi que la protection des mineurs est au cœur de ses missions, notamment en veillant à ce que le jeune public ne soit pas exposé à des programmes susceptibles de nuire à leur santé mentale ou à leur épanouissement personnel¹²⁹.

L’audiovisuel public est un outil de cohésion sociale dès lors qu’il a une vocation universelle, qu’il s’adresse à chaque citoyen, avec des contenus jeunesse adaptés d’information, d’éducation, de connaissance et de divertissement. Investir dans de tels contenus et consacrer cette stratégie grand public font de l’audiovisuel public un outil de cohésion, en faveur du vivre-ensemble et du développement d’un esprit critique. Au-delà de développer une offre destinée aux jeunes publics, l’ambition est de construire une alternative saine et éthique aux écrans. Ces objectifs ont ainsi nourri les projets stratégiques de l’audiovisuel public depuis plusieurs années. En 2021, les entreprises audiovisuelles publiques et la ministre de la Culture ont signé un pacte pour la jeunesse¹³⁰. Articulé autour de deux objectifs (“Enrichir l’offre de l’audiovisuel public à destination des jeunes” et “Faire des offres pédagogiques et de

¹²⁷ Radio France, “Radio France réaffirme son engagement en faveur de l’inclusion des personnes LGBTQ+ dans le monde du travail avec la resignature de la Charte de L’Autre Cercle”, 2025

¹²⁸ Santé Publique France, “Temps d’écran des enfants de 3 à 11 ans : un usage précoce, quotidien et marqué par les inégalités sociales”, 2025

¹²⁹ Arcom, Protection des mineurs

¹³⁰ Ministère de la Culture, Signature des pactes de l’audiovisuel public pour la jeunesse et pour la visibilité des Outre-mer, 26/10/2021

formation initiale de l'audiovisuel public des références”), ce pacte est venu renforcer les missions d'intérêt général et de cohésion sociale de l'audiovisuel public en érigeant comme principal cardinal l'adaptation aux nouveaux modes de consommation et le renfort des synergies sur la diffusion d'offres jeunesse.

Grâce à la diffusion de contenus qui rendent accessible l'actualité aux enfants et aux jeunes, l'audiovisuel public favorise le développement de leur esprit critique, d'un engagement citoyen et les accompagne pour mieux comprendre le monde et les enjeux contemporains. A ce titre, France Télévisions produit les programmes *Mission info*, destiné aux enfants de 7 à 11 ans, et *C quoi l'info*, destiné aux jeunes de 12 à 18 ans et fédérant près de 500 000 abonnés cumulés sur les réseaux sociaux. Le média social *Slash*, aussi développé par France Télévisions et qui cible les jeunes de 18 à 30 ans, a vu son audience mensuelle doubler en deux ans grâce à une offre variée qui repose sur des documentaires, des magazines ou encore de la fiction¹³¹. De son côté, Radio France diffuse par exemple *Salut l'info* avec des “épisodes qui mettent l'actualité à la portée des enfants de 7 à 11 ans”¹³². Arte s'inscrit dans cette même dynamique avec la diffusion d'Arte Journal Junior, programme destiné aux enfants qui revient sur l'actualité européenne et internationale, et devenu, en 2015, un JT quotidien ainsi qu'un JT dominical avec Arte Junior le mag.

En 2025 et en 2026, Radio France a lancé les deux premières radio de service public à destination de la jeunesse : Mon Petit France Inter et Mon Tout Petit France Inter¹³³. Destinées aux 6-12 ans et aux 2-6 ans, ces deux radio viennent s'ajouter à une offre jeunesse déjà bien consolidée avec près de 62 millions d'écoutes cumulées des programmes enfants en 2025¹³⁴ et plus de 4000 podcasts pour enfants¹³⁵. De la même manière, Radio France a produit La Discomobile, qui fait découvrir les légendes de la musique aux plus de 7 ans, Les Odyssées sur France Inter qui raconte aux 7-12 ans “les aventures de grandes figures de l'histoire” comme Léonard de Vinci, Sarah Bernhardt ou encore Robert Badinter¹³⁶. France Télévisions a également mis en place une stratégie jeunesse qui s'appuie sur une organisation claire et structurée. Le programme Okoo, à destination des enfants, diffuse ainsi des émissions et des documentaires. En 2025, Okoo a attiré 3,3 millions d'enfants de 4 à 14 ans avec les offres linéaires et numériques de France Télévisions¹³⁷. Grâce au magazine quotidien Okoo-koo, ce sont plus de 7,8 millions de vidéos qui ont été vues¹³⁸. France 4 est également devenue une chaîne de référence pour les enfants puisqu'elle “s'est hissée depuis septembre au rang de 2ème chaîne

¹³¹ France Télévisions, “2025 : A la rencontre de la jeunesse !”, 30/12/2025

¹³² Radio France, Bilan d'activités 2025

¹³³ Ibid.

¹³⁴ Radio France, Bilan d'activités 2025

¹³⁵ Ibid.

¹³⁶ Ibid.

¹³⁷ France Télévisions, “2025 : A la rencontre de la jeunesse !”, 30/12/2025

¹³⁸ Ibid.

nationale sur la cible 4-10 ans, dépassant ainsi sa principale concurrente”¹³⁹.

L’audiovisuel public développe par ailleurs des contenus d’éducation et d’apprentissage. Une nouvelle fois, l’objectif n’est pas la rentabilité de ces services ou la captation de l’attention, mais bien de **répondre à des objectifs éducatifs et culturels, en accompagnant l’ensemble des citoyens. Complémentaires à l’école et à la famille**, les contenus proposés éveillent la curiosité intellectuelle des jeunes publics, développent leur culture générale et soutiennent l’apprentissage. Depuis 2022, l’offre *Lumni*, diffuse des contenus variés à destination des élèves et des enseignants. Éditée par France Télévisions et l’INA, elle accompagne les élèves de la maternelle à la terminale, grâce à des contenus issus de l’ensemble de l’audiovisuel public, “dans tous leurs apprentissages et met à la disposition des enseignants des ressources pour préparer leurs cours”¹⁴⁰. Cette offre a connu une progression significative avec une fréquentation qui a augmenté de 18% en 2025¹⁴¹. De surcroît, le groupe Radio France propose des ateliers de découverte musicale pour immerger les élèves dans la musique aux côtés des membres de ses formations musicales¹⁴² ainsi que des programmes spécifiquement destinés à l’enseignement et aux révisions. Ainsi, Radio France a lancé *L’École de l’Odyssée*, un concours national, à destination des classes de CM2, “de création de podcast, pour stimuler l’écoute et la créativité des plus jeunes”¹⁴³. A travers le programme “Réviser avec France culture Académie”, Radio France propose des podcasts et des émissions à destination des collégiens, lycéens et étudiants qui préparent au brevet, au baccalauréat, aux concours de grandes écoles ou encore de l’agrégation¹⁴⁴. “ [L’ambition de Radio France] reflète la spécificité de Radio France, à la fois média de référence et acteur majeur de la transmission des savoirs et de la culture. Chaque année, plusieurs centaines d’actions éducatives sont ainsi menées partout en France, touchant plus de 180 000 personnes”¹⁴⁵. Ces contenus s’inscrivent en complément des contenus pédagogiques classiques en favorisant une méthode alternative d’apprentissage et de révision. En parallèle des contenus éducatifs et de culture générale que la plateforme diffuse, Arte France met également à disposition de la communauté éducative et des élèves un nombre significatif de contenus qui viennent appuyer les enseignements. Les offres Educ’ARTE¹⁴⁶, ARTE Campus¹⁴⁷ ou Ma Petite Médiathèque¹⁴⁸, destinée aux enfants de 3 à 12 ans, s’inscrivent ainsi dans un soutien à l’apprentissage.

Dans un contexte de surexposition croissante des jeunes aux écrans et de modèle informationnel menacé, sur lequel nous reviendrons d’ailleurs dans la prochaine partie, il est également urgent et nécessaire de **sensibiliser et**

¹³⁹ Ibid.

¹⁴⁰ France Télévisions, “Lumni et les Éditions Hatier associent leurs ressources pédagogiques”, 09/09/2025

¹⁴¹ France Télévisions, “2025 : A la rencontre de la jeunesse !”, 30/12/2025

¹⁴² Maison de la Radio et de la Musique, Ateliers musicaux pour les scolaires

¹⁴³ Radio France, Ressources pédagogiques

¹⁴⁴ Radio France, Réviser avec France Culture Académie

¹⁴⁵ Maison de la Radio et de la Jeunesse, Brochure Éducation et Jeunesse 26/27

¹⁴⁶ Educ’ARTE, <https://educ.artetv/>

¹⁴⁷ Arte Campus, <https://campus.artetv/>

¹⁴⁸ Ma Petite médiathèque, <https://www.ma-petite-mediatheque.fr/>

accompagner les plus jeunes dans leur rapport aux médias et aux écrans pour prévenir les effets néfastes sur leur santé mentale et physique. L'éducation aux médias est en ce sens au cœur de la mission de service public de l'audiovisuel public, ce qui est par ailleurs et ainsi que nous préciserons plus bas, l'une des recommandations des Etats généraux de l'information qui souhaitent l'ériger en priorité. L'Arcom a notamment publié un guide, "Utiliser les écrans ça s'apprend", qui propose des outils pour une utilisation sécurisée des écrans¹⁴⁹. Sur l'année 2024/2025, plus de 130 projets éducatifs ont été mis en place par Radio France, touchant plus de 180 000 personnes sans enveloppe budgétaire dédiée¹⁵⁰. La chaîne France Info développe plusieurs supports en faveur de l'EMI, en témoignent notamment les émissions franceinfo junior, qui permet à des experts de répondre à des questions d'actualité d'enfants, et Le Vrai du Faux Junior qui revient sur les approximations qui circulent sur les réseaux sociaux. Les webinaires "J'apprends l'info !" et "Salut l'info !" ont par ailleurs touché 275 000 élèves les deux dernières années. En parallèle, le programme ICI Classe Média a amené près de 2100 élèves à chercher et produire de l'information pour comprendre les enjeux et l'exigence de fiabilité¹⁵¹. Du côté de France Télévisions, des initiatives sont organisées sur l'ensemble du territoire grâce aux interventions d'antennes régionales dans les établissements scolaires et à l'organisation d'ateliers de sensibilisation et de masterclass¹⁵². En partenariat le ministère de l'Education nationale, France Télévisions a lancé une "tournée des académies" et permet ainsi à ses équipes de rencontrer des enseignants au sujet de la lutte contre la désinformation¹⁵³. L'offre proposée par France Médias Monde dédie par ailleurs une quinzaine de programmes en faveur de l'éducation aux médias avec des programmes comme "Info ou Intox" sur France 24 ou encore "Les dessous de l'infox" sur RFI¹⁵⁴. Le groupe capitalise par ailleurs sur sa dimension internationale et le plurilinguisme de ses médias dans sa stratégie d'éducation aux médias avec des programmes d'enquête et de longs-formats, à l'image de "La machine de désinformation russe en République centrafricaine" diffusé sur RFI, ou encore avec la conclusion de partenariat comme l'accord-cadre renouvelé en 2025 avec l'AEFE (Agence pour l'enseignement français à l'étranger)¹⁵⁵. Ce sont par ailleurs "près de 2 500 élèves qui ont pu bénéficier d'un échange direct avec un journaliste de France Médias Monde en 2025"¹⁵⁶.

Proposition 6

Lancer un plan global d'éducation aux médias, en partenariat avec le secteur de l'audiovisuel et de l'information, l'éducation nationale et l'enseignement supérieur

¹⁴⁹ Arcom, Protection des mineurs

¹⁵⁰ Radio France, Bilan d'activités 2025

¹⁵¹ Ibid.

¹⁵² France Télévisions, "A France Télévisions, l'éducation n'est pas une option", 24/03/2026

¹⁵³ France Télévisions, Education aux médias

¹⁵⁴ France Médias Monde, Bilan stratégique 2025

¹⁵⁵ Ibid.

¹⁵⁶ Ibid.

D. Pilier stratégique de l'attractivité française, l'audiovisuel comme pierre angulaire du rayonnement de notre modèle dans le monde

Notre modèle audiovisuel participe pleinement au dynamisme de notre démocratie en faisant vivre nos valeurs et notre patrimoine dans le monde. Au-delà de son poids économique et du soutien essentiel qu'il apporte à la création, le secteur de l'audiovisuel est un véritable instrument de *soft-power* pour notre pays, c'est-à-dire une "capacité à influencer et à orienter les relations internationales en sa faveur. L'État met en œuvre une stratégie d'influence. Il renforce ainsi la légitimité de son action internationale, ce qui constitue également un facteur de puissance"¹⁵⁷. Levier stratégique majeur d'influence culturelle, les œuvres audiovisuelles contribuent à valoriser les territoires, renforcer leur attractivité touristique et mettre en valeur leur patrimoine local.

« Le modèle qui soutient la création, bâti sur plusieurs piliers (droit d'auteur, droits voisins, cohérence entre audiovisuel public et privé, institutions), a largement fait sa preuve de son efficience et sa virtuosité. Il permet à la France de profiter d'un vivier de professionnels et d'artistes ainsi que d'une attractivité que beaucoup nous envient. Prenons conscience de cette force pour préserver ce modèle alors qu'il est plus que jamais attaqué »¹⁵⁸

Elizabeth Le Hot, Directrice générale gérante de l'ADAMI

A cet égard, **près de 80% des touristes étrangers considèrent les fictions françaises comme un facteur d'attractivité du pays**¹⁵⁹ et 81% des auditeurs de Radio France en 2022 ont considéré que **l'institution contribuait au rayonnement de la vie culturelle et artistique en France**. Les créations audiovisuelles et cinématographiques sont en effet de véritables outils de valorisation de nos territoires et de promotion du patrimoine français. Ces œuvres, par leur diffusion à l'échelle nationale et internationale, permettent de mettre un coup de projecteur sur nos régions, nos modes de vie et nos paysages. Radio France a ainsi lancé en 2025 un guide touristique sonore pour valoriser les territoires et accompagner les Français lors de leurs voyages en France. "Partir" est composé de plus de 70 guides audio qui proposent de découvrir des lieux et des activités à travers le territoire français¹⁶⁰. En 2023, le CNC a mené une étude pour mesurer les effets du cinéma et de la fiction TV sur le tourisme en France : les fictions françaises demeurent un levier d'incitation à venir visiter la France. "78% des touristes étrangers en visite

¹⁵⁷ *ViePublique*, "Qu'est-ce que le «soft power» ?", 31/07/2024

¹⁵⁸ Livre blanc 2025. L'exception culturelle française au défi du XXI^e siècle, 2025

¹⁵⁹ *Ibid.*

¹⁶⁰ Radio France, Bilan d'activité de 2025

en France déclarent ainsi avoir regardé, dans leur pays, au moins un des films français testés” et “56% des touristes interrogés déclarent en avoir vu au moins une parmi la liste proposée”¹⁶¹. De plus, **le visionnage d’un film ou d’une série a convaincu un touriste sur 10 de visiter la France**¹⁶² et plus d’un touriste sur deux a déclaré regarder une série française de manière régulière. Cette étude est d’autant plus révélatrice qu’elle établit un **lien de corrélation entre la fréquence de visionnage d’œuvres de fiction françaises et l’envie de visiter la France**.

Le Centre des Monuments nationaux a par exemple accueilli plus de 450 tournages en 2024 au sein de son réseau de monuments¹⁶³. Au sein de ce dernier, nous retrouvons notamment le Château-d’If, à Marseille, dont la promotion lors des Jeux Olympiques 2025 et dans le film “Le Comte de Monte-Cristo” d’Alexandre de La Patellière et Matthieu Delaporte, a connu un succès éclatant puisque le nombre d’entrées à l’été 2024 a augmenté de 9% par rapport à l’année précédente¹⁶⁴. Cet argument devrait particulièrement trouver un écho auprès du rapporteur Alloncle, que nous savons si soucieux de notre patrimoine historique. Pour autant, vouloir systématiquement opposer patrimoine et création est un contresens, si ce n’est une erreur manifeste. **La création d’aujourd’hui est notre patrimoine de demain.**

Les chaînes publiques françaises, outil de souveraineté française ?

Les contenus de France Médias Monde sont des outils stratégiques d’attractivité et d’influence françaises dans le monde. Avec des contenus diffusés en plus de 21 langues, avec une chaîne, France 24, qui couvre plus de 520 millions de foyers à travers le monde et avec RFI qui couvre 52 pays en FM, l’institution assure le rayonnement de la France et de la langue française¹⁶⁵. Les médias de France Médias Monde atteignent chaque semaine plus de 278 millions de contacts hebdomadaires (téléspectateurs, auditeurs et internautes) à travers le monde¹⁶⁶. “En Afrique francophone, le groupe est en tête des audiences avec France 24, 1ère chaîne d’information internationale et RFI, 1ère radio internationale”¹⁶⁷.

Proposition 7

Renforcer les synergies entre France Médias Monde, TV5 Monde et l’ensemble de l’audiovisuel public pour accroître la visibilité des contenus et des créations français à l’international.

¹⁶¹ Centre National du Cinéma et de l’image animée, Étude prospective “Impact du cinéma et de la fiction TV sur le tourisme en France”, 18/01/2024

¹⁶² Ibid.

¹⁶³ Centre des Monuments nationaux, “Nos monuments, ces stars”

¹⁶⁴ *La Provence*, “Un effet Comte de Monte-Cristo ? : plus de 116000 personnes ont visité le Château d’If en 2024”, Sylvain Pignol & Elhia Pascal-Heilmann, 08/01/2025

¹⁶⁵ Arcom, L’audiovisuel public en France

¹⁶⁶ Bilan stratégique de France Médias Monde - 2025

¹⁶⁷ Livre blanc 2025. L’exception culturelle française au défi du XXI^e siècle, 2025

Nous avons par ailleurs la chance de bénéficier d'un réseau fort d'Instituts français et d'Alliances françaises. Le réseau des Alliances Françaises est présent dans 135 pays avec plus de 820 Alliances françaises, plus de 500 000 étudiants dans le monde¹⁶⁸ et 101 Instituts français¹⁶⁹. Renforcer les coopérations entre l'audiovisuel public et le réseau de coopération scientifique et culturelle, à travers la diffusion de contenus produits par l'audiovisuel public français, serait un soutien majeur à l'enseignement du français à l'étranger et à l'influence française dans le monde.

Proposition 8

En lien avec le Ministère de l'Europe et des affaires étrangères, soutenir la coopération avec le réseau diplomatique et des Alliances françaises dans le monde pour développer les outils et renforcer la diffusion des contenus de France Médias Monde et de TV5 Monde.

De la même manière, par les contenus qu'elle coproduit et diffuse, la chaîne Arte est une vitrine culturelle qui fait circuler les œuvres françaises et européennes en Europe et à l'international. Si ARTE France soutient notamment la production d'environ 20 films et 3 longs-métrages documentaires par an, et s'est engagé, depuis sa création sur plus de 600 films, à travers ses contenus¹⁷⁰, l'image de la France est associée à une forme d'excellence culturelle, par la qualité des œuvres et l'exigence des débats d'idées qui sont diffusés. La chaîne contribue par ailleurs à transmettre des savoirs français, à valoriser la culture et promouvoir le patrimoine français. C'est ainsi que nous pouvons par exemple retrouver un documentaire sur "La maison de Monet à Giverny", un concert "Paris en Scène" ou encore des documentaires "voyage" valorisant différentes régions françaises.

Membre de l'association Médias francophones publics et de l'Union européenne de radio-télévision (dont la Présidente de France Télévisions, Delphine Ernotte-Cunci a été réélue présidente en janvier 2025), France Télévisions développe des coopérations pour diffuser ses programmes français à l'international. L'institution met également plus de 22 000 heures de programmes par an à disposition de TV5 Monde¹⁷¹ et rend disponible ses contenus dans plus de 80 pays différents¹⁷².

« Sans le Service Public de l'Audiovisuel, la moitié du récit audiovisuel de la France disparaîtrait. »

*Rapport de contre-enquête sur l'audiovisuel public de La Scam*¹⁷³

¹⁶⁸ Fondation des Alliances françaises, Informations sur le réseau

¹⁶⁹ Institut français, La carte du réseau culturel français dans le monde

¹⁷⁰ Arte, Le pôle français, ARTE France

¹⁷¹ France Télévisions, Notre rayonnement à l'international, 14/03/2025

¹⁷² Ibid.

¹⁷³ LaScam, Rapport de contre-enquête sur l'audiovisuel public, 24/04/2026

Le renforcement de l'influence française est aussi véhiculée par **l'excellence des formations et la multiplication des talents**. Les Gobelins est par exemple la première école au monde en animation¹⁷⁴. De la même manière, Radio France participe au rayonnement français à l'international à travers ses formations musicales. Sybille Veil, Présidente Directrice générale de Radio France précise ainsi qu'en 2024, "nous avons aussi attiré deux chefs d'orchestre parmi les plus prometteurs de leur génération, Philippe Jordan et Jaap Van Zweden, signe de l'extraordinaire rayonnement international de nos formations musicales"¹⁷⁵. En raison de son projet de Grand Tour qui irrigue les territoires et des concerts hautement symboliques tel que le concert du 14 juillet, l'institution présente son Orchestre National de France comme un "ambassadeur de la musique française"¹⁷⁶. Soutenir la formation professionnelle des secteurs de l'audiovisuel revient de fait à valoriser le savoir-faire français, nos talents techniques et de l'esprit, ainsi que nos pratiques de création, de production et de diffusion.

LA GRANDE FABRIQUE DE L'IMAGE : ILLUSTRATION DU RÔLE STRATÉGIQUE DE L'AUDIOVISUEL DANS LE SOFTPOWER FRANÇAIS

Lancé en 2023 dans le cadre du programme France 2030, le projet de La Grande fabrique de l'image témoigne du rôle stratégique que joue l'audiovisuel en matière d'attractivité et de valorisation des territoires. "Défendre notre souveraineté culturelle, [...] c'est une politique volontariste en faveur de nos industries du cinéma et de l'audiovisuel. [...] Dans le cadre du plan d'investissement d'avenir France 2030, 350 millions d'euros seront consacrés au développement des studios de tournage en France, car nous manquons actuellement des infrastructures adaptées pour répondre à la demande croissante de production de films et de séries sur notre territoire"¹⁷⁷. Le développement de ces projets avait pour objectif de rendre le secteur audiovisuel français plus compétitif et de développer l'expertise française et de valoriser nos territoires.

En 2023, le dossier de france.tv studio a remporté l'appel à projet de la Grande Fabrique de l'image, lui permettant ainsi de développer un second studio de tournage sur son site historique de Vendargues en Occitanie. "Grâce au label France 2030, france.tv studio va pouvoir, à Montpellier, poursuivre sa politique partenariale vers l'ensemble des ICC d'Occitanie, afin de faire rayonner la création française en France et dans le monde"¹⁷⁸. C'est ainsi que les nouveaux de France Télévisions ont été inaugurés en février dernier et le groupe France Télévisions entend contribuer à faire "émerger une

¹⁷⁴ gobelins.fr, "Cinéma d'animation"

¹⁷⁵ Rapport d'activité 2024 de Radio France

¹⁷⁶ Ibid.

¹⁷⁷ [ViePublique](#), Déclaration de Mme Rima Abdul-Malak, ministre de la Culture, à l'Assemblée nationale sur les différentes priorités du ministère de la culture, 24/05/2023.

¹⁷⁸ France TV Studio, Communiqué de presse Issy-les-Moulineaux, le 19 mai 2023

filière d'excellence dans le domaine de la production en Occitanie"¹⁷⁹ notamment en proposant "un grand nombre d'outils et de services de pointe au service de l'ensemble des acteurs audiovisuels et cinéma"¹⁸⁰.

Notre modèle culturel est une référence à l'international. **En soutenant la création, la diversité des œuvres, le respect du droit d'auteur, des droits voisins et de la propriété intellectuelle, la France rayonne et attire.** Cette attractivité est d'autant plus importante qu'elle bénéficie à l'ensemble du territoire à travers la valorisation du patrimoine local et national. Cette mission structurelle de l'audiovisuel public dans l'influence française dans le monde intervient, et nous y reviendrons dans la dernière partie, dans un **contexte de menaces hybrides**. Si les ingérences étrangères et les actes de désinformation se multiplient pour brouiller les frontières entre le vrai et le faux et fragiliser la confiance des citoyens en l'information, en agissant sur l'influence française en France et dans le monde, nous verrons que **l'audiovisuel public est un outil de souveraineté**.

E. Un audiovisuel public soumis à des exigences croissantes de pluralisme et d'impartialité

Investi de missions d'intérêt général, l'audiovisuel public répond à des missions et des obligations précises, **définies par les lois et règlements, et qui sont soumises à des contrôles réguliers**. Parmi ces missions et obligations figurent notamment le pluralisme et l'indépendance de l'information.

Proposition 9

Renforcer les pouvoirs de l'Arcom à travers des prérogatives de contrôle sur pièce et sur place dans le cadre de procédures relatives à d'éventuelles ingérences externes dans les rédactions.

Essentiel à la diversité d'opinions et au débat public, le pluralisme est central à toute démocratie. Dans sa décision n° 86-217 DC du 18 septembre 1986, le Conseil Constitutionnel a estimé que "le pluralisme des courants d'expression socioculturels est en lui-même un objectif de valeur constitutionnelle ; que le respect de ce pluralisme est une des conditions de la démocratie"¹⁸¹. L'article 34 de la Constitution dispose par ailleurs que la loi fixe les règles concernant la liberté, le pluralisme et l'indépendance des médias¹⁸².

¹⁷⁹ France Télévisions, "France Télévisions inaugure ses nouveaux studios de production à Vendargues", 10/02/2026

¹⁸⁰ Ibid.

¹⁸¹ Conseil Constitutionnel, Décision n° 86-217 DC du 18 septembre 1986

¹⁸² Legifrance, Constitution du 4 octobre 1958

Les cahiers des charges de l'audiovisuel public font du respect du pluralisme une mission centrale de ces sociétés. L'article 35 du cahier des charges de France Télévision rappelle ainsi que "Dans le respect du principe d'égalité de traitement et des Propositions de l'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique, France Télévisions assure l'honnêteté, la transparence, l'indépendance et le pluralisme de l'information ainsi que l'expression pluraliste des courants de pensée et d'opinion"¹⁸³. L'article 4 des cahiers des missions et des charges de Radio France précise qu' "elle assure l'honnêteté, l'indépendance et le pluralisme de l'information, notamment pour les émissions d'information politique, dans le respect des Propositions de l'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique"¹⁸⁴. La loi du 30 septembre 1986 sur la liberté de communication a également consacré l'exigence du respect de «l'expression pluraliste des courants de pensée et d'opinion» par les chaînes de radio et de télévision dans leurs programmes. En ce sens, alors qu'à la mi-juin 2026 Radio France a été mis en demeure par l'Arcom de respecter ses obligations en matière de pluralisme politique¹⁸⁵, le groupe a récemment lancé un Baromètre du pluralisme concernant les programmes de France Inter, France info et France culture. Ce dispositif s'appuie sur l'Intelligence artificielle, pour rendre compte de manière transparente du pluralisme sur ces chaînes, et, ainsi, renforcer le respect de cette obligation et la confiance des citoyens dans ses programmes. Chaque mois, une "liste de l'intégralité des personnes invitées, précisant en quelle qualité, avec la date de leur passage, l'émission dans laquelle elles sont intervenues et les thèmes qui ont été abordés" est publiée. Pour faciliter la lecture de cette analyse, Radio France publie également le nombre d'invités différents total par chaîne ainsi que la proportion des sujets traités et la proportion des typologies d'invités¹⁸⁶. Lors de son audition dans le cadre de la commission d'enquête sur la neutralité, le fonctionnement et le financement de l'audiovisuel public, Thibaut Bruttin, directeur général de Reporters sans Frontières, a ainsi rappelé que le service public est un véritable "refuge du pluralisme"¹⁸⁷.

L'impartialité, découlant des principes applicables aux services publics et aux agents publics, est de la même manière au cœur des missions de l'audiovisuel public tant elle suppose de contextualiser les informations, d'intégrer la pluralité des points de vue et de donner la parole à toutes les parties concernées. Ce faisant, elle contribue à développer la capacité de discernement et l'autonomie de chaque auditeur, veillant ainsi à la conscience libre et éclairée de tous. L'article 1er de la loi 24 août 2021 confortant le respect des principes de la République dispose ainsi que "lorsque la loi ou le règlement confie directement l'exécution d'un service public à un organisme de

¹⁸³ Legifrance, Décret n° 2009-796 du 23 juin 2009 fixant le cahier des charges de la société nationale de programme France Télévisions

¹⁸⁴ Legifrance, Décret du 13 novembre 1987 portant approbation des cahiers des missions et des charges de la société Radio France et de l'Institut national de l'audiovisuel

¹⁸⁵ Arcom, "Temps de parole politique : mise en demeure de Radio France", 11/06/2026

¹⁸⁶ Radio France, le Baromètre du pluralisme de Radio France désormais disponible tous les mois

¹⁸⁷ Audition de Reporters sans Frontières (RSF), du Conseil de déontologie journalistique et de médiation (CDJM) et du Syndicat national des journalistes (SNJ), dans le cadre de la commission d'enquête sur la neutralité, le fonctionnement et le financement de l'audiovisuel public, 21/06/2026

droit public ou de droit privé, celui-ci est tenu d'assurer l'égalité des usagers devant le service public et de veiller au respect des principes de laïcité et de neutralité du service public"¹⁸⁸. Dans son rapport publié, Bruno Lasserre établit une distinction entre l'impartialité fonctionnelle et l'impartialité personnelle : la première reposant sur l'exercice des fonctions, la seconde sur les liens familiaux et personnels¹⁸⁹.

Proposition 10

Sanctuariser dans la loi les possibilités d'opinion des journalistes qui travaillent dans l'audiovisuel public tant qu'il y a du contradictoire.

Si l'impartialité n'est pas clairement définie par la loi, elle est de manière récurrente l'objet de critiques de la part des opposants au service public de l'audiovisuel qui prétendent que les contenus diffusés ne seraient pas neutres. Pourtant, par définition aucun média ne peut être neutre. Par définition, chaque choix éditorial est une prise de position, du choix des sujets au choix de sources, chaque programmation laisse transparaître des intentions.

« Il me semble difficile de demander au service public audiovisuel d'être neutre. Tout d'abord, la loi et les cahiers des charges sont pleins de valeurs : lutter contre les discriminations, participer au développement durable, etc. Ensuite, la couverture de l'information est politique par essence. Il est donc dangereux de faire comme si une neutralité totale était possible car on peut tomber sur les journalistes dès qu'ils n'ont pas couvert l'information comme vous pensiez qu'ils auraient dû la couvrir. Cette notion peut alors devenir liberticide »

Pauline Trouillard, chercheuse en droit des médias¹⁹⁰

Au contraire, l'audiovisuel public est impartial dès lors qu'il respecte le pluralisme, la production d'une information de qualité et l'indépendance éditoriale.

Proposition 11

Pour articuler la liberté éditoriale, la liberté de création et les caractéristiques singulières de pratiques culturelles : préciser et objectiver la notion d'impartialité qui n'est pas clairement définie dans la loi et les cahiers des charges des entreprises d'audiovisuel public.

¹⁸⁸ Legifrance, LOI n° 2021-1109 du 24 août 2021 confortant le respect des principes de la République

¹⁸⁹ L'impartialité de l'audiovisuel public. A la recherche de nouveaux outils de régulation. Rapport de Bruno Lasserre, 29/05/2026

¹⁹⁰ Audition de juristes spécialisés dans le droit des médias dans le cadre de la commission d'enquête sur la neutralité, le fonctionnement et le financement de l'audiovisuel public, 04/12/2025

Proposition 12

Préciser que le journalisme doit garantir l'honnêteté de l'information, la notion d'impartialité n'étant pas complètement adaptée au secteur du journalisme.

« Parce qu'il est neutre, non pas dans ses contenus, mais dans le service qu'il rend, il doit une égale considération à tous les auditeurs et téléspectateurs quelles que soient leurs croyances et leurs opinions. A ce titre, il doit veiller à ne pas correspondre à une seule conception du monde et à exprimer tous les courants de pensée. Il doit également veiller à être un lieu qui permette le débat, et non pas un acteur du débat ayant lui-même ses opinions à défendre »

Bruno Lasserre¹⁹¹.

La notion même d'impartialité est indissociable de celle du respect du pluralisme. L'association des deux notions est essentielle pour faire de l'audiovisuel public un véritable **“tiers de confiance”** pour les citoyens, **un tiers qui n'exprime pas mais qui raconte**. “L'idéal est celui d'un témoin digne de confiance, auquel le public délègue la mission de voir et de rapporter”¹⁹². Ainsi, en prenant 8 engagements pour garantir une information de confiance, Radio France a rappelé que “chaque citoyen doit pouvoir compter sur une information juste, c'est-à-dire impartiale et reposant sur des faits, et une information éclairée, c'est-à-dire fondée sur un traitement équilibré et pluraliste des idées et points de vue”¹⁹³. En ce qui concerne France Télévisions, le groupe a érigé en principe éditorial le fait que l'information de France Télévisions est le reflet d'une couverture exacte, équilibrée, complète et impartiale de l'actualité¹⁹⁴. Renforcer la production et le traitement d'une information de manière contextualisée et objective serait un levier majeur pour soutenir la confiance des citoyens dans l'audiovisuel public et pour nourrir le débat public. Pour autant, les mêmes qui aujourd'hui déplorent un prétendu manque d'impartialité de l'audiovisuel public sont les mêmes qui appellent à la réduction massive de ses financements. **Tel est le paradoxe de cette stratégie : chaque coupe budgétaire, chaque réduction de moyens, menace l'impartialité et le pluralisme de l'audiovisuel public qui supposent du temps d'antenne et des moyens.**

Les organismes de direction jouent un rôle primordial dans le respect de l'impartialité par l'audiovisuel public. De fait, tout manque de transparence dans les décisions stratégiques alimente une défiance des citoyens au regard d'un manque d'impartialité. De la même manière, l'impartialité

¹⁹¹ L'impartialité de l'audiovisuel public. A la recherche de nouveaux outils de régulation. Rapport de Bruno Lasserre, 29/05/2026

¹⁹² Ibid.

¹⁹³ Radio France, “pour une information de confiance Radio France s'engage”, 22/11/2023

¹⁹⁴ France Télévisions, “La déontologie de l'information”, 21/01/2021

et l'indépendance des services publics de l'audiovisuel soulèvent en grande partie la question du processus de nominations de ces directions. Pour garantir la confiance des citoyens dans l'audiovisuel public et préserver l'équilibre institutionnel, il est essentiel que les dirigeants soient indépendants de tout pouvoir politique, économique ou d'intérêts personnels. Si les modalités de nomination doivent continuer de reposer sur des critères objectifs et transparents, rapprocher le processus de nomination des professionnels du secteur permettrait mécaniquement de soutenir la confiance des citoyens en l'organisme tout en veillant à la stabilité et à la continuité de ses missions.

Proposition 13

Changer la procédure de nomination des dirigeants des entreprises de l'audiovisuel public pour une désignation par les conseils d'administration, sur validation des parlementaires.

Proposition 14

Garantir plus de transparence dans les nominations par les directions.

Enfin, l'attribution des fréquences hertziennes - ressources publiques rares qui est attribuée pour une durée maximale de dix ans en fonction du respect de certains critères dont le respect du pluralisme et l'honnêteté de l'information - par l'Arcom, est un enjeu majeur pour le pluralisme et l'impartialité des médias. En effet, l'attribution des fréquences permet la cohabitation de différents acteurs qui dessinent un paysage audiovisuel pluraliste. Face à des risques toujours plus élevés de concentration des médias, l'attribution des fréquences par l'Arcom permet d'éviter la concentration des fréquences dans les mains d'une seule et même entreprise, privée comme publique. Bien plus qu'une simple formalité, l'attribution des fréquences hertziennes est un outil démocratique qui vise à garantir le pluralisme des médias et l'accès des citoyens à une information vérifiée et de qualité.

Proposition 15

Adapter les critères d'attribution pour prendre en compte les nouveaux usages de l'espace informationnel tels que la présence sur les plateformes et l'utilisation de l'Intelligence artificielle.

IV. Une mutation de l'espace informationnel qui menace notre souveraineté démocratique

Les atteintes à notre modèle informationnel sont devenues systématiques ces dernières années, particulièrement en raison du bouleversement profond des usages, des équilibres de l'écosystème, des technologies ainsi que des conditions de production et de diffusion de l'information. Ces évolutions, régulièrement soulevées par les personnes auditionnées dans le cadre de cette commission, constituent un enjeu essentiel pourtant volontairement passé sous silence par le rapporteur.

« L'intégrité du processus démocratique est atteinte quand des informations susceptibles de l'influencer sont manipulées »

*Reporters sans frontières*¹⁹⁵

Un temps présentées comme des progrès pour la société, les avancées technologiques que sont l'émergence des plateformes numériques et le développement de l'IA portent désormais atteinte à la viabilité de notre démocratie.

Nous assistons au retour d'un **farwest désormais cybernétique**, un monde de prédation dans lequel règne la loi du plus fort.

Nous assistons à l'avènement des algorithmes qui l'emportent sur le droit. Si notre démocratie repose sur des citoyens informés et éclairés, la combinaison des logiques de captation de l'attention aux contenus de désinformation et d'ingérences étrangères produits par l'IA atrophie le débat public et nuit considérablement à notre souveraineté.

Il est ainsi urgent de revoir la régulation de notre espace informationnel pour l'adapter aux défis majeurs auxquels nous devons faire face.

L'urgence est culturelle.

L'urgence est démocratique.

A. L'essor des plateformes numériques : le basculement d'une civilisation fondée sur les idées à une économie de l'attention

L'essor des plateformes numériques a profondément bousculé le modèle informationnel traditionnel et l'équilibre global de l'écosystème en marquant le passage d'un modèle centré sur la diffusion des idées et des connaissances à un modèle dans lequel l'attention humaine constitue une ressource économique stratégique.

Les plateformes numériques se sont développées suivant une logique simple, celle de la captation de l'attention. A travers la diffusion de conte-

¹⁹⁵ Reporters sans frontières, "L'espace global de l'information et de la communication : un bien commun de l'humanité", 02/11/2018

nus monétisés qui attirent l'attention pour maximiser le temps d'écran, le système économique même des plateformes repose sur la dépendance des individus à ces services. Les stratégies sont uniquement élaborées pour entretenir cette dépendance et placent ainsi le consommateur en véritable objet qui, manipulé, voit **son temps libre devenir une source d'enrichissement pour les entreprises**. Le temps libre de chacun est volé, monétisé, au profit des géants du numérique.

« La dépendance n'est pas un effet indésirable de nos usages connectés, elle est l'effet recherché par de nombreuses interfaces et services qui structurent notre consommation numérique »

*Bruno Patino*¹⁹⁶

Un contenu n'est plus valorisé pour son respect de la déontologie et sa valeur informationnelle mais pour sa capacité à engager et à faire durer le temps de consultation. A l'inverse du modèle informationnel traditionnel, l'exigence n'est plus à la diffusion d'une information fiable et de qualité mais bien à la diffusion de contenus qui reposent sur les émotions et les intérêts individuels. Ce basculement des usages est d'autant plus inquiétant qu'il est sorti de la seule sphère des plateformes pour s'étendre à l'ensemble de la société, y compris dans certains cas aux médias traditionnels. A la logique de la production d'idées s'est substituée une logique de marchandisation du temps libre et de captation de l'attention individuelle. Au fond s'est substituée la forme. Les buzz et coups d'éclat sont privilégiés par rapport aux informations produites. Pour reprendre les mots de l'éditeur Nicolas Vieillescazes, tel que l'expliquait le journaliste Youness Bousenna, "désormais, la valeur d'un travail intellectuel vient de sa médiatisation. Les savants doivent se justifier d'exister par rapport à une actualité"¹⁹⁷.

« Vous êtes les médias, maintenant. » Ce tweet d'Elon Musk, publié le 6 novembre et vu plus de 105 millions de fois, n'a pas seulement mis en lumière la croisade que mène l'homme le plus riche du monde contre les médias traditionnels. Il marque sans doute l'entrée dans un nouveau régime informationnel, dominé par les médias sociaux [...] »

*David Colon, Historien*¹⁹⁸

À ce titre, pour maintenir l'accès à l'information face aux tentatives de capter l'attention, les médias doivent nécessairement adapter leur pratique de production et de diffusion. Selon un rapport Reuters, en 2026, 76% des éditeurs prévoient d'encourager leurs journalistes à adopter des pratiques de création et plusieurs médias recrutent de jeunes créateurs pour présenter

¹⁹⁶ Bruno Patino, *La Civilisation du Poisson Rouge, Petit traité sur le marché de l'attention*, Editions Grasset, 10/04/2019

¹⁹⁷ Socialter, "Débat public : où sont passées les idées ?", Youness Bousenna, 10/08/2023

¹⁹⁸ *Le Monde*, "Ce qu'Elon Musk appelle le "journalisme citoyen" n'est autre qu'une arme de destruction massive de la réalité factuelle", David Colon, 18/11/2024

des contenus aux formats comme TikTok et Instagram Reels¹⁹⁹. Cette économie de l'attention repose en grande partie sur la création d'algorithmes capables d'analyser les données, les *data*, et les comportements de chaque utilisateur pour les rendre passifs et entretenir une addiction numérique et technologique. Alimentant un mécanisme de servitude involontaire et silencieuse de chaque individu, les plateformes font de l'individu davantage un objet qu'un sujet de l'information qu'il reçoit. **L'individu n'est plus acteur de sa recherche d'information mais devient un simple récepteur passif.**

À travers ces spirales algorithmiques, force est de constater que le nouvel espace informationnel comporte quelques risques sur notre modèle démocratique. Si les médias traditionnels et historiques constituent des espaces de confrontation d'arguments, de débats contradictoires et de pluralité d'opinions, les spirales algorithmiques propres aux plateformes tendent, quant à elles, à polariser et uniformiser les contenus proposés. Bruno Patino, Président d'Arte France écrivait ainsi que "les algorithmes emprisonnent un utilisateur dans une bulle d'informations, qui l'enferme dans sa propre vision du monde et l'endoctrine avec sa propre opinion"²⁰⁰. La prééminence des logiques, fondées sur les algorithmes et les chiffres, nuit considérablement aux exigences de fiabilité et de pluralisme de l'information, nécessaires à la vitalité du débat démocratique. En orientant les contenus en fonction des données générales et personnelles collectées de l'utilisateur, les algorithmes mettent en place une véritable politique de filtrage, personnalisent, ciblent, mais aussi, éditorialisent les contenus. Ce tri algorithmique nuit considérablement à la qualité du débat public dès lors que ces spirales algorithmiques écartent toute forme de contradictoire. Ils entretiennent une forme d'entresoi notamment en renforçant "les liens avec les contenus qui nous sont idéologiquement proches" et reposent sur un "biais de confirmation" qui vise à renforcer nos opinions préalables"²⁰¹. "Les effets sur notre manière de débattre sont nombreux : la course à la visibilité algorithmique encourage une forme d'essentialisation des sujets [...] pour améliorer leur audience. Cette perte de nuance conduit à une polarisation des discussions entre des camps fortement mobilisés"²⁰². La collective massive et l'exploitation de données associée aux logiques algorithmiques représentent un véritable **gouffre éthique et démocratique**.

« Ces recommandations ne sont pas sans poser de problèmes éthiques, de neutralité et d'enfermement. Ce pouvoir prescriptif présente également des enjeux en matière de pluralisme car le risque de n'écouter que de informations suggérées par ses amis est élevé ; et en matière de diversité, où les politiques publiques sont détournées et les risques de propositions de contenus uniformisés augmentés »

Nathalie Sonnac²⁰³

199 France Info, Méta-Média, "Reuters Institute : 7 défis pour les médias en 2026", 15/01/2026

200 Bruno Patino, *La Civilisation du Poisson Rouge, Petit traité sur le marché de l'attention*, Editions Grasset, 10/04/2019

201 Virginie Tournay, « L'espace public traditionnel bousculé par le numérique », 2020

202 Clément Mabi, "Quel(s) numérique(s) pour la démocratie ?". *Cahiers de l'action*, 2021

203 Nathalie Sonnac, *Le nouveau monde des médias, Une urgence démocratique*

Parmi les bouleversements résultant de l'émergence massive des plateformes numériques, nous retrouvons également l'élargissement de l'espace informationnel par la multiplication d'acteurs pouvant désormais produire et diffuser des contenus. Cela est d'autant plus significatif que les plateformes ont modifié la manière dont les individus s'informent. Selon Nathalie Sonnac, la massification des infomédiaires relègue "les médias traditionnels à de simples vecteurs d'information, parmi tant d'autres"²⁰⁴. Ainsi, seulement 14% des 18-24 ans s'informent en accès direct aux sources d'information²⁰⁵. "Pour la grande majorité des jeunes, l'actualité est devenue une rencontre fortuite, un contenu qui surgit entre deux vidéos de divertissement sur TikTok ou Instagram"²⁰⁶. Selon un récent rapport de l'Institut Reuters, les réseaux sociaux et les plateformes vidéos sont les premières sources d'information à l'échelle mondiale : 54% des répondants ont déclaré s'être informés sur les réseaux sociaux et les plateformes vidéos la semaine précédant le sondage²⁰⁷. En parallèle de l'uniformisation des contenus et de l'affaiblissement du pluralisme, cet élargissement de l'espace informationnel a mis à mal la fiabilité et la qualité du débat public. En effet, avec l'émergence des plateformes et la possibilité pour tout un chacun de publier des informations en temps réel, les journalistes ne disposent plus du monopole de la production de l'information. L'émergence de ce nouvel espace informationnel fait ainsi coexister une multitude d'acteurs et d'individus qui produisent, diffusent et reçoivent de l'information sur les plateformes. Pour reprendre les mots de Charlotte Debray, Déléguée générale de la Fonda, "La façon de la produire est transformée : chacun est tout à tour récepteur et diffuseur d'informations. Cette co-production de la connaissance soutient aussi bien la recherche et l'éducation que la circulation fulgurante de fausses informations, les fameuses fake news"²⁰⁸. En effet, si les uns, les journalistes, sont tenus par des règles déontologiques strictes et une exigence de qualité de l'information produite, les autres, les utilisateurs et les plateformes qui possèdent les algorithmes, ne sont tenus par aucun cadre déontologique ni aucune régulation. Nous assistons à une forme de libéralisme informationnel²⁰⁹ et à un espace public transformé dans lequel la diffusion prend le pas sur la qualité de l'information.

« Donc une abondance d'informations crée une rareté de l'attention et le besoin de répartir efficacement cette attention parmi la surabondance des sources d'informations qui peuvent la consommer. »

*Herbert Simon*²¹⁰

²⁰⁴ Ibid.

²⁰⁵ France info, "Jeunes et information : les 7 chiffres qu'il faut retenir", 03/04/2026

²⁰⁶ Ibid.

²⁰⁷ Libération, "Grande bascule Accès à l'information : pour la première fois, les réseaux sociaux et les plateformes vidéo dépassent les médias traditionnels", 16/06/2026

²⁰⁸ Charlotte Debray, "Quelle société numérique voulons-nous ?" *La Tribune Fonda*, 2021

²⁰⁹ Clément Mabi, "Quel(s) numérique(s) pour la démocratie ?". *Cahiers de l'action*, 2021.

²¹⁰ Herbert Simon, "Designing Organizations for an Information-Rich World", 1971.

Proposition 16

Instaurer une responsabilité éditoriale des plateformes, qui, à travers les logiques d'algorithmes, font désormais des choix éditoriaux et ciblés en fonction des utilisateurs.

Proposition 17

Renforcer le rôle et les obligations de régulation pour les plateformes dans le cadre de contenus malhonnêtes, dangereux et de désinformation.

Face à cette logique algorithmique, l'audiovisuel public a vocation à proposer une logique alternative, qui remet la qualité de l'information et les règles déontologiques au cœur des contenus. L'objectif n'est pas de monétiser le temps et l'attention des individus mais de diffuser des contenus éducatifs, culturels et informationnels. A ce titre, en 2022, Radio France a lancé l'algorithme de service public qui repose sur l'efficacité algorithmique pour proposer des contenus adaptés, garantir la diversité de contenus proposés, favoriser la découverte et assurer la transparence de son fonctionnement²¹¹. Sibyle Veil expliquait ainsi que ce nouvel algorithme était "pensé pour être au service des auditeurs et leur permettre de se laisser surprendre au sein de la diversité de notre offre de podcasts" tout en assainissant le secteur du numérique²¹². De manière plus générale, en s'adaptant à ces nouveaux usages, l'audiovisuel public pourrait se saisir de ces bouleversements pour mettre en avant des contenus à la fois fiables et de qualité tout en favorisant l'accès à un espace informationnel sain, contradictoire, qui favorise les échanges de points de vue et nourrit le débat public. Nous pouvons en effet décider de ne pas subir la transformation de l'espace informationnel engendrée par les plateformes mais de défendre notre modèle en s'appuyant sur ces changements d'usage et de pratique. Un espace numérique de confiance serait ainsi complémentaire aux plateformes déjà existantes. Dans un rapport publié en juin 2026, Marc Damie et Thomas Yaqoubi-Reboul, respectivement chercheur et spécialiste dans la conduite de politiques publiques numériques, soutiennent **la création d'un réseau social public européen à l'ère du numérique**²¹³. "Il ne s'agit pas de remplacer les plateformes privées, mais de fournir une infrastructure publique qui garantit à chaque citoyen l'accès à un espace numérique sûr, transparent et démocratique"²¹⁴. Conçu pour être fiable et éthique, ce réseau social européen reposerait sur une gouvernance partagée entre les acteurs de l'audiovisuel public tout en fonctionnant sous contrôle démocratique et de manière conforme avec la réglementation européenne. La viabilité des plateformes ne reposant plus sur la simple logique algorithmique et sur la rentabilité des données exploitées, l'exigent serait à

²¹¹ Radio France, Radio France lance son algorithme de service public, 23/11/2022

²¹² Ibid.

²¹³ Marc Damie et Thomas Yaqoubi-Reboul, *Vidi, Le Salon d'internet. Manifeste pour un service public des réseaux sociaux*, 12/06/2026

²¹⁴ Ibid.

la circulation des informations et non plus à l'économie de l'attention. Par ailleurs, en veillant à une juste transparence du fonctionnement de l'algorithme, un tel réseau social participerait à redonner à l'utilisateur une contribution active aux contenus sélectionnés pour lui.

Proposition 18

En s'inspirant des travaux de "Vidi" et de l'algorithme de service public de Radio France, créer, en partenariat avec les autres chaînes et radios publiques européennes, un réseau social public européen.

Propositions 19

Coordonner une stratégie numérique globale et nationale entre l'ensemble des institutions de l'audiovisuel public pour mettre en avant, sur les plateformes numériques, les contenus produits et diffusés par l'audiovisuel public.

Propositions 20

Allouer une enveloppe budgétaire spécifiquement pour la stratégie numérique de l'audiovisuel public visant à assainir, par sa présence, les plateformes numériques.

Cette exploitation des données et des contenus, dans l'irrespect du droit d'auteur et de la propriété intellectuelle, menace au même titre la viabilité même du secteur de la presse. En effet, ce déséquilibre du partage de la valeur intervient dans un double contexte de fragilisation du secteur de la presse. D'une part, **le coût de la production de l'information n'a cessé de s'alourdir**. Ainsi, selon une étude de l'Arcom sur le modèle économique de l'information en France, en 2024, le coût de production d'information politique et générale est estimé à 2,9 milliards d'euros²¹⁵. Faisant face à des coûts difficiles à réduire tout en souhaitant préserver la qualité de l'information, 56% des médias interrogés étaient déficitaires en 2024²¹⁶. D'autre part, **les recettes de la presse se sont effondrées**, entre autres en raison de la migration des usages vers les plateformes numériques et les réseaux sociaux. En 25 ans, le chiffre d'affaires de la presse est passé de près de 10,4 milliards d'euros (en 2003), à près de 5,9 milliards en 2023, soit une baisse de 43 %²¹⁷. C'est en ce sens qu'Erwan Balanant a porté la **proposition de loi visant à renforcer l'effectivité des droits voisins des éditeurs et des agences de presse**. Dans cette continuité, il devient de la même manière nécessaire de protéger les productions audiovisuelles dans le cadre de l'utilisation d'extraits ou de diffusions complètes de leurs contenus par les plateformes numériques. A cette fin, étendre le régime des droits voisins au secteur de l'audiovisuel apparaît comme nécessaire et serait un soutien économique majeur envers le

²¹⁵ Arcom, "Etude sur le modèle économique de l'information en France", 20/01/2026

²¹⁶ Ibid.

²¹⁷ Sénat, PLF 2026 - L'AVIS DE LA COMMISSION SUR LES CRÉDITS DU PROGRAMME. Presse et Médias.

secteur. Une telle mesure garantirait un rééquilibrage du partage de la valeur entre les plateformes et les producteurs.

Proposition 21

Renforcer l'effectivité des droits voisins de l'audiovisuel pour rééquilibrer le partage de la valeur entre les plateformes et les producteurs audiovisuels.

Dans le cadre de la procédure visant à faire respecter les droits voisins de la presse, il conviendrait par ailleurs de flécher les amendes prononcées à l'encontre des plateformes pour soutenir le secteur de la presse.

Proposition 22

Dans le cadre du PLF 2027, créer un compte d'affectation spéciale nourrit par les amendes versées par les plateformes. Celui-ci aurait pour objectif de financer un fond de développement et d'aide à la presse, et de renforcer les moyens de l'Arcom.

Ce basculement de notre modèle vers une captation de l'attention a créé une véritable crise de l'information. Si l'émergence des plateformes a accéléré la démocratisation de l'accès à l'information et à l'actualité, elle a pour autant rendu l'espace informationnel moins démocratique et moins fiable. La fiabilité a laissé place à la quantité ; les idées ont laissé place aux chiffres et aux algorithmes. L'enjeu est d'autant plus grand que l'abandon du fond sur la forme est devenu propice à la propagation des *fake news* et de la désinformation.

B. L'avènement de l'Intelligence artificielle : entre désinformation et perte de discernement, un outil qui affaiblit toute capacité à contribuer à la démocratie

A l'émergence des plateformes numériques s'ajoute l'avènement de l'Intelligence artificielle. Si au même titre que les plateformes elle bouleverse les pratiques et les usages, l'intelligence artificielle a de réelles répercussions sur la circulation d'informations vérifiées et fiables et sur la qualité du débat public.

Les journalistes et les médias traditionnels répondent à un processus de production de l'information exigeant qui suppose des moyens et des compétences précises pour **rechercher, enquêter et produire les contenus d'information**. Un processus minutieux et chronophage qui veille à la qualité de l'information. *A contrario*, les modèles d'intelligence artificielle produisent de l'information en masse. Il suffira d'un prompt et de quelques secondes pour produire une information qui apparaît neutre et factuelle.

Mais ne nous y trompons pas. La production à travers les logiques algorithmiques n'a rien de neutre. L'essentiel des investissements portant sur des projets sur l'IA et la démocratie proviendrait des géants du numérique²¹⁸. La concentration du contrôle des algorithmes utilisés par les citoyens par une poignée d'acteurs privés, dont certains ont un poids économique plus élevé que celui de certains pays, tend à faire baisser le contradictoire au sein des débats et à uniformiser les idées. Cela pose de réelles questions de souveraineté numérique et de contrôle démocratique. A cet égard, les biais algorithmiques qui résultent de choix pris dans la conception des algorithmes exemptent ces derniers de toute neutralité. Les algorithmes hiérarchisent les informations, filtrent et font ainsi le choix d'en invisibiliser d'autres. Ces choix sont des choix éditoriaux, qui façonnent les perceptions individuelles et ont des répercussions sur le collectif.

Les outils d'Intelligence artificielle permettent par ailleurs à tout un chacun de créer des contenus, de produire en masse de l'information, et, s'appuyant sur les plateformes et les spirales algorithmiques, de les diffuser à grande échelle en quelques minutes. Il devient dès lors facile, rapide et abordable d'informer sans enquêter, de rédiger sans écrire et de générer des visuels sans outils. Les contenus générés ne répondent à aucune exigence déontologique mais seulement à la logique des algorithmes. Selon l'organisation Science Feedback, les fausses informations occupent une place significative sur les réseaux sociaux. "Sur TikTok, environ 24% des contenus trompeurs identifiés sont produits par IA, et 19% sur YouTube"²¹⁹. Certaines plateformes reposent par ailleurs sur une «prime à la désinformation»²²⁰, puisque, suivant toujours cette logique algorithmique, les chiffres sont privilégiés à la qualité de l'information, "les contenus trompeurs générant plus d'engagement que les contenus fiables"²²¹. La menace est d'autant plus significative que l'illusion est bien faite. En effet, cette production massive d'information a conduit à industrialiser la désinformation, à brouiller la frontière entre le vrai et le faux, à faire illusion au dépend de la raison. La génération artificielle de contenus inonde les plateformes de faux : enregistrements sonores, vidéos, image ... tous les supports y passent pour inventer des faits ou déformer la réalité.

« Le recours aux outils de l'IA générative [...] a permis à des acteurs malveillants de démultiplier la portée de leurs opérations, au point de fausser les résultats des moteurs de recherche et des IA génératives. [...] l'IA générative pourrait bientôt, si rien n'était fait, « fausser la compréhension collective de la réalité sociopolitique »

David Colon, Historien²²²

²¹⁸ HEC Paris, "L'intelligence artificielle menace-t-elle la démocratie ou peut-elle la sauver ?", Yann Algan, 14/02/2025

²¹⁹ France Info, "Les réseaux sociaux sont durablement perméables aux fake news, avec notamment un contenu d'information sur quatre trompeur sur Tiktok, selon une étude", Antoine Deiana, 19/03/2026

²²⁰ Ibid.

²²¹ Ibid.

²²² Le Monde, "Ce qu'Elon Musk appelle le "journalisme citoyen" n'est autre qu'une arme de destruction massive de la réalité factuelle",

Ces usages détournés de l'Intelligence artificielle ont des conséquences néfastes sur la démocratie et la souveraineté nationale. En effet, les contenus générés fragilisent l'accès des citoyens à une information libre et éclairée dès lors qu'ils sont suffisamment crédibles pour installer le doute, la méfiance et la réticence à l'encontre des informations fiables qui circulent. Ce qu'Elon Musk a appelé "le journalisme citoyen"²²³, tentant de rapprocher le fonctionnement des outils d'IA aux citoyens, sous-entendant que le journalisme traditionnel s'éloigne considérablement des intérêts de ces derniers, n'est en réalité qu'une tentative de décrédibilisation des médias et de l'espace informationnel traditionnels. Exposés à ces contenus, les citoyens voient leur capacité de discernement altérée ; la frontière trop floue entre le vrai et le faux influence l'opinion publique et leur participation à la vie politique. En opposition au rationnel et pour favoriser l'engagement d'un contenu, les fausses informations s'appuient sur la manipulation émotionnelle des utilisateurs pour choquer, engager, et *in fine*, polariser les débats. De la même manière, l'utilisation systématique des outils de l'IA fragilise la capacité des citoyens à formuler un raisonnement et une hiérarchisation des idées dès lors que ces étapes sont produites par l'IA en quelques secondes. Ainsi selon un rapport Reuters, "48 % des jeunes utilisateurs d'IA s'en servent pour simplifier ou résumer des articles complexes, contre 27% des 55 ans et plus"²²⁴. Raisonner et organiser ses idées est au cœur du débat, de la délibération et de l'échange d'opinions. **L'effondrement cognitif est précisément la menace que soulève Hannah Arendt sur la démocratie**²²⁵.

"[...] les campagnes de désinformation trouvent sur X un écho particulier. L'absence d'une modération stricte favorise la propagation des fake news conçues spécifiquement pour manipuler l'opinion publique. Et ces fausses informations [...] deviennent des armes politiques « dans le monde réel »"²²⁶. Ces menaces sont d'autant plus significatives qu'elles interviennent dans un contexte plus large de fragilisation démocratique, illustrée par la baisse de la participation électorale et du sentiment de représentation politique. "Dans les enquêtes récentes du Cevipof, au moins deux tiers des personnes interrogées jugent que la démocratie fonctionne mal, que les hommes politiques sont essentiellement préoccupés par leurs intérêts personnels, qu'ils sont corrompus... (baromètre de la confiance, Cevipof, février 2024). L'abstention progresse à toutes les élections (aux régionales de juin 2021, 65% des électeurs n'ont pas pris part au vote)"²²⁷. **Ces technologies, par l'exacerbation de la défiance vis-à-vis de la vie politique et citoyenne, fragilisent ainsi considérablement notre démocratie.**

David Colon, 18/11/2024

223 Ibid.

224 France info, "Jeunes et information : les 7 chiffres qu'il faut retenir", 03/04/2026

225 The Conversation, "Déléguer nos décisions à l'IA : une menace pour la démocratie ?", Caroline Gans Combe, 23/04/2026

226 Le Monde, "La transformation des réseaux sociaux en arènes électorales pose des défis majeurs à la démocratie", Adrien Tallent, 25/11/2024

227 Vie Publique, "Les citoyens se désintéressent-ils de la politique ?", Rémi Lefebvre, 12/03/2024

« L'intégrité du processus démocratique est atteinte quand des informations susceptibles de l'influencer sont manipulées. »

*Reporters sans frontières*²²⁸

Proposition 23

Développer un label visible et obligatoire dans le cadre d'un contenu généré par IA pour lutter contre la désinformation sur les plateformes.

Notre démocratie est d'autant plus fragilisée que l'Etat de droit sur lequel elle s'est fondée n'est pas respecté. A chaque étape du processus, les modèles d'IA pillent, collectent et monétisent des œuvres de l'esprit, sans autorisation, sans rémunération, et comme s'ils en avaient la propriété. Cette utilisation des données sans autorisation s'inscrit à l'encontre du droit d'auteur et de la propriété intellectuelle. Aujourd'hui il n'y a plus d'échanges de valeur entre les plateformes d'IA et les acteurs de la presse ou créateurs. Les accords sont trop rares et il est impossible pour les acteurs de prouver qu'un modèle IA a utilisé leur œuvre, faute d'accès aux données d'entraînement. Lorsque, malgré tout, il y a un rééquilibrage pour rémunérer les acteurs lésés de la culture et de l'information, il résulte d'un rapport de force judiciaire avec les géants de la tech et non d'une bonne coopération.

« [La mainmise des entreprises à la pointe de l'IA] sur l'espace public est rendue possible par le péché originel qui anime leurs produits d'IA : un vol éhonté de propriété intellectuelle qui s'est produit à une échelle sans précédent. Les géants de la tech pillent les sites d'information sans autorisation ni compensation. »

Arthur Gregg Sulzberger, Président du New York Times ²²⁹

« Je crains par conséquent que nous ne soyons en train de nous précipiter vers un futur où il y aura de moins en moins de journalistes pour accomplir le travail coûteux et difficile du reportage original — se rendre sur place, parler aux gens, dénicher des informations, couvrir des sujets et des événements importants, fournir du contexte et des analyses, enquêter sur les puissants. »

Arthur Gregg Sulzberger, Président du New York Times²³⁰

²²⁸ RSF, "L'espace global de l'information et de la communication : un bien commun de l'humanité", 02/11/2018

²²⁹ Le Grand Continent, "Comment sauver le journalisme au temps de l'IA ?", 01/06/2026

²³⁰ Le Grand Continent, "Comment sauver le journalisme au temps de l'IA ?", 01/06/2026

L'utilisation croissante et systématique des outils de l'IA accentue ainsi la fragilisation du secteur de la presse déjà en cours, ayant dès lors des conséquences sur la production d'informations vérifiées et de qualité. En parallèle, la prééminence de contenus de désinformation et de *fake news* générés par l'IA porte atteinte notoire au débat public et contribue à polariser la société dans son ensemble.

Face à ce phénomène, l'audiovisuel public a la responsabilité de promouvoir les bonnes pratiques dans l'utilisation de l'Intelligence artificielle.

« Nous ne voulons pas utiliser l'IA pour produire de l'information : ce n'est pas le cas aujourd'hui et ce ne le sera pas demain. En revanche, il serait idiot de ne pas réfléchir aux outils que nous pourrions mobiliser pour rassembler de l'information. [...] Grâce à l'IA, nous avons pu retrouver dans notre fonds d'archives des documents très variés. [...] Voilà, concrètement, à quoi sert l'IA. N'oubliez pas qu'elle puisse produire demain un bulletin d'information sur France Inter. »

Philippe Corbé, directeur de l'information de France Inter²³¹

En renforçant la transparence de l'usage de l'Intelligence artificielle dans la production et la diffusion de ses contenus, l'audiovisuel public renforce la confiance des citoyens et œuvre ainsi pour garantir l'accès à des informations fondées et vérifiées. À ce titre, l'Union européenne de radio-télévision (UER), dont sont membres France Télévisions, France Médias Monde et Radio France, a lancé une prise de parole collective face à l'IA en 2025 à Cracovie²³². L'organisation a défendu à cette occasion une utilisation éthique et responsable de l'Intelligence artificielle et a appelé les développeurs d'Intelligence artificielle à respecter les contenus journalistiques, garantir leur accessibilité et veiller au pluralisme²³³. Radio France s'est également engagé à veiller à la transparence de ses pratiques d'IA et à l'utiliser en accord avec les missions et les valeurs du service public²³⁴.

C. Les frontières traditionnelles de l'information brouillées par les menaces hybrides

Les brèches dans le débat public que permettent les plateformes numériques et l'intelligence artificielle, ne font que renforcer les risques d'ingérences étrangères. En effet, certaines puissances étrangères ont recours, massivement et régulièrement, à des campagnes de manipulations de l'information pour influencer notre débat public et fragiliser notre souveraineté

²³¹ Audition de Adèle Van Reeth, directrice de France Inter, Laurent Goumarre, directeur des programmes, Philippe Corbé, directeur de l'information, et Bertrand Rutly, directeur des antennes et de la production, dans le cadre de la commission d'enquête sur la neutralité, le fonctionnement et le financement de l'audiovisuel public, 18/12/2025

²³² The European Broadcasting Union, "News Integrity in the Age of AI", 27/02/2026

²³³ Meta Media, "Bienvenue en post-réalité !", 24/12/2025

²³⁴ Radio France, "Mettre l'Intelligence artificielle au service des missions de Radio France"

démocratique. Face à ces nouveaux enjeux, garantir l'accès à une information fiable et de qualité est une urgence démocratique.

Derrière chaque action de désinformation, cyberattaques ou déstabilisation numérique, il y a une volonté d'affaiblir un État, un modèle démocratique, sans jamais déclarer la guerre. Ainsi, avec le développement de nouvelles technologies, la conflictualité évolue en adoptant une forme hybride : aux moyens conventionnels et militaires s'ajoutent des moyens non-conventionnels. Le centre interarmées de concepts, doctrines et expérimentations de l'état-major des armées définit ainsi la stratégie hybride comme étant la "stratégie d'un acteur, étatique ou non, visant à contourner ou affaiblir la puissance, l'influence, la légitimité et la volonté adverse, en mettant en œuvre une combinaison intégrée de modes d'actions militaires et non-militaires, directs et indirects, licites ou illicites, souvent subversifs, ambigus et difficilement attribuables, visant à paralyser et pouvant être engagés sous un seuil estimé de riposte ou de conflit ouvert, et dans le cadre d'une possible gestion d'escalade"²³⁵.

De fait, conscientes des atteintes que peuvent porter à la démocratie les réseaux sociaux, les plateformes numériques et l'intelligence artificielle, certaines puissances étrangères s'engouffrent dans la faille pour cristalliser la société, polariser les opinions et influencer les débats publics. En effet selon le Rapport sur la stratégie nationale de lutte contre les manipulations de l'information 2026-2030, les opérations d'ingérences numériques étrangères exploitent des vulnérabilités préexistantes²³⁶. Ainsi, le Secrétariat général de la défense et de la sécurité nationale (SGDSN) relève trois types de pressions et vulnérabilités qui constituent un terreau favorable pour ces opérations de manipulation : une pression stratégique du fait d'un contexte international dégradé, une pression systémique liée à l'évolution du paysage numérique, une pression narrative caractérisée par l'exploitation stratégique de thématiques à forte portée symbolique et émotionnelle²³⁷.

Si chaque démocratie repose sur l'existence d'un espace public fiable et sécurisé, chaque attaque pour contraindre l'accès des citoyens à une information vérifiée et de qualité est une tentative pour affaiblir nos institutions ; chaque doute sur l'information qui circule est un doute sur la qualité du débat public et sur la vie politique et citoyenne. Ainsi, l'objectif de chaque campagne de déstabilisation n'est pas de rallier les citoyens à une idéologie, mais plutôt de semer le doute, d'influencer les perceptions, de perdre le collectif dans l'illusion pour le détourner du réel. Une ingérence numérique étrangère est ainsi définie comme étant "une opération de manipulation du débat public reposant sur la diffusion délibérée de contenus trompeurs et impliquant directement ou indirectement un acteur étranger. Son objectif peut être de soutenir un camp, d'en attaquer un autre ou encore

²³⁵ Général Jean-Marc Vigilant, "L'Union européenne face aux menaces hybrides et au défi d la puissance", Programme "Europe, stratégie, Sécurité", Institut des relations internationales et stratégiques, janvier 2025

²³⁶ Rapport du SGDSN sur la stratégie nationale de lutte contre les manipulations de l'information 2026-2030,

²³⁷ Ibid.

d'accentuer les clivages en créant un brouillard informationnel qui incite à la défiance envers les médias, les politiques, les institutions et la démocratie elle-même”²³⁸.

“Depuis quelques années, le cyberspace est devenu un lieu de confrontation comme les autres. Un lieu où des milliers de hackers avancent masqués. Un lieu d’impunité où certaines nations se cachent pour mieux attaquer [...]

Souvenons-nous. Souvenons-nous de TV5 Monde dont les écrans sont soudain devenus noirs et les comptes piratés. [...] La guerre cyber a commencé et la France doit être prête à y combattre.”

Florence Parly, Ministre des armées²³⁹

La dissolution des frontières entre les espaces physiques et les espaces virtuels est indissociable de la question de souveraineté démocratique. Aujourd’hui, face aux menaces qui pèsent sur le débat public, la souveraineté nationale ne se limite plus au contrôle des frontières mais implique également la protection d’un espace informationnel fiable, la prévention, le repérage et la riposte face aux ingérences étrangères via le numérique.

En 2021, la France est passée “d’une logique de gestion de crise à une structure permanente [et] inscrit désormais la protection du débat public francophone au cœur de la défense et de la sécurité nationale”²⁴⁰, en créant VIGINUM, service de vigilance et de protection contre les ingérences étrangères. Le service détecte et caractérise les ingérences étrangères, permettant ensuite au Secrétariat général de la défense et de la sécurité nationale (SGDSN) de coordonner une stratégie interministérielle de lutte.

Proposition 24

En lien avec les services ministériels de veille et de détection précoce des ingérences étrangères, soutenir une coordination entre le MEAE, le SGDSN et les entreprises d’audiovisuel public pour assurer une stratégie de riposte renforcée.

²³⁸ Haut-Commissariat à la stratégie et au plan, “Contre les ingérences, pour un nouveau bouclier démocratique, français et européen !”, 30/04/3036

²³⁹ *Vie Publique*, “Déclaration de Mme Florence Parly, ministre des armées, sur le volet de la cybersécurité des armées, à Paris le 18 janvier 2019”

²⁴⁰ Rapport du SGDSN sur la stratégie nationale de lutte contre les manipulations de l’information 2026-2030

L'OUTIL FRENCH RESPONSE : DÉTOURNER LES CODES DES RÉSEAUX SOCIAUX POUR CONTRER LES INGÉRENCES ET DÉSINFORMATIONS

Créé en septembre 2025, l'outil *French Response* a été développé par le Ministère des affaires étrangères pour lutter contre la désinformation et les ingérences étrangères avec une contre-attaque qui repose sur la déconstruction du discours de désinformation ou de *french bashing*.

Reconnaissant le rôle fondamental de la lutte informationnelle, le dispositif répond "aux attaques en adoptant les codes satiriques des réseaux sociaux"²⁴¹. Chaque poste utilise ainsi un ton sobre, humoristique et reprend le concept de *même*. L'objectif est d'attirer les utilisateurs, principalement une audience étrangère, et de renforcer l'engagement des contenus pour déconstruire massivement les désinformations qui portent atteinte à la souveraineté et à l'influence françaises. "Pour se battre contre des armées de trolls, il faut une armée de trolls"²⁴². "Le compte n'hésite pas non plus à répondre directement aux messages venus des ministères étrangers, lorsque celui des affaires étrangères russe annonce que le Royaume Uni et la France enverraient des troupes en Ukraine, une fois l'accord de paix conclu. French response dégage « seules les troupes présentes en Ukraine sont les vôtres, mille morts chaque jour. Pour rien. «Renvoyez-les chez eux.» C'est cash et sans fioriture"²⁴³.

Cette occupation de l'espace informationnel, nouvel espace de conflictualité, fonctionne puisqu'en trois mois le compte a atteint près de 150 000 followers et près de 15 millions d'impressions par semaine.

Cet outil est d'autant plus efficace qu'il est pleinement complémentaire à la politique diplomatique traditionnelle menée par le Quai d'Orsay. En proposant un nouveau canal de réponse, c'est une nouvelle audience qui est ciblée pour renforcer la lutte informationnelle globale contre les ingérences étrangères. Pascal Confavreux, porte-parole du ministère de l'Europe et des affaires étrangères précise ainsi qu' "On répond à des attaques qui nous viennent. On parle beaucoup des États-Unis là ; il y a des attaques qui viennent de Russie, il y a des attaques qui viennent par exemple aussi de sphères pseudo-panafricanistes en Afrique. Donc on répond là où on est attaqué, ça c'est le premier point. Le deuxième point, c'est que sur le sujet lutte informationnelle, et c'est ça que voulait dire le Ministre à ses ambassadeurs, c'est qu'il y a différents éléments. Ça, c'est le truc le plus visible, qui choque les esprits, qui marque les esprits. Mais il y a un élément qui est plus traditionnel et qu'on continue à faire, qui est le soutien aux écosystèmes médiatiques et aux journalistes à l'étranger"²⁴⁴.

241 MEAE, La France au Royaume-Uni, "Le compte French Response, un outil pour la France dans la lutte informationnelle", 05/02/2026

242 Ibid.

243 Radio France, "«French Response» quand la diplomatie française contre-attaque par l'humour sur X", 19/02/2026

244 MEAE, La France au Royaume-Uni, "Le compte French Response, un outil pour la France dans la lutte informationnelle", 05/02/2026

En parallèle d'affecter les processus et échéances électorales, à l'image de l'annulation de l'élection présidentielle roumaine en 2024 après des accusations d'ingérence russe en faveur du candidat d'extrême droite à travers des campagnes de désinformation sur les réseaux sociaux²⁴⁵, les ingérences étrangères affaiblissent la confiance des citoyens dans les institutions, la cohésion nationale et tentent de décrédibiliser le rôle de la France sur la scène internationale. Une stratégie interministérielle coordonnée avec l'audiovisuel public aurait tout son sens pour lutter contre ces manipulations de l'information.

D. L'urgence de réguler pour préserver notre espace informationnel et défendre notre démocratie

Ces bouleversements du modèle informationnel menacent notre modèle démocratique dans sa globalité. Il devient impératif de réguler pour éviter un effondrement cognitif collectif. Si nous devons apporter une réponse à la hauteur des défis auxquels notre démocratie fait face, nous sommes convaincus qu'elle ne peut se composer d'une succession de mesures mais doit faire partie d'un plan global qui vient renforcer notre modèle informationnel et notre rapport à l'information.

INSCRIRE LE TEXTE DES ETATS GÉNÉRAUX DE L'INFORMATION À L'ORDRE DU JOUR DU PARLEMENT

Les Etats généraux de l'information, lancés en octobre 2023 par le Président de la République, ont réuni des "citoyens, des journalistes, des éditeurs, des chercheurs, des hauts fonctionnaires, des associations et des jeunes"²⁴⁶ pour apporter une réponse complète et générale face au chaos informationnel. "Mais l'heure n'est plus à l'éparpillement de mesures sectorielles. L'heure est à la sauvegarde du droit à l'information pour ceux qui la font, et au développement du droit à l'information pour ceux à qui elle est destinée. Pour une raison simple : le droit à l'information est la possibilité donnée à un individu de devenir citoyen"²⁴⁷.

Après neuf mois de travaux, cinq groupes de travail thématiques ont ainsi formulé des propositions qui ont vocation à s'inscrire dans une politique générale de sauvegarder de l'espace informationnel et de l'espace public :

- Faire de l'éducation à l'esprit critique et aux médias à l'école une priorité
- Neutraliser la désinformation par une sensibilisation préventive à grande échelle (pre-bunking)
- Étendre la qualité de société à mission aux entreprises d'information

²⁴⁵ Institut de relations internationales et stratégiques, "Élection présidentielle annulée en Roumanie : la démocratie à l'épreuve des réseaux sociaux", Félix Baranger, 30/04/2025

²⁴⁶ Rapport des Etats généraux de l'information, "Protéger et développer le droit à l'information : une urgence démocratique", 12/07/2024

²⁴⁷ Ibid.

- Améliorer la gouvernance des médias d'information
- Renforcer la protection du secret des sources et légiférer contre les procédures-bâillons
- Proposer une labellisation volontaire des influenceurs d'information
- Créer une nouvelle responsabilité : la responsabilité démocratique
- Redistribuer une partie de la richesse captée par les fournisseurs de services numériques en faveur de l'information
- Assurer le pluralisme des médias dans le cadre des opérations de concentration
- Pour une reconnaissance européenne du droit à l'information
- Instaurer un pluralisme effectif des algorithmes
- Rendre le marché de l'intermédiation publicitaire en ligne plus concurrentiel pour permettre un partage de la valeur équilibré
- Instaurer une obligation d'affichage des contenus d'information pour les très grandes plateformes
- Rendre effectives les responsabilités des grandes plateformes dans la lutte contre la désinformation et le cyberharcèlement en préparant un « acte II » du Règlement sur les services numériques (DSA)
- Consolider une politique de lutte contre la désinformation à l'échelle européenne

Ce texte est plébiscité par l'ensemble des acteurs du secteur de l'audiovisuel. L'enjeu est de taille. La réponse est là. Qu'attendons-nous pour nous en saisir ?

La réglementation actuelle n'est plus adaptée aux nouveaux usages que représentent par exemple les podcasts. L'offre de podcasts tout comme sa consommation ont connu un essor significatif ces dernières années. Depuis 2019 l'offre de podcast a progressé de +116%, avec près de 10 millions de podcasts francophones disponibles à l'écoute²⁴⁸. Si plus de 44% de Français écoutent des podcasts²⁴⁹, ces contenus sont devenus des sources quotidiennes d'information.

Pourtant, l'œuvre sonore n'est aujourd'hui pas juridiquement reconnue dans le code de la propriété intellectuelle. Il s'avère essentiel de la définir juridiquement pour protéger les droits d'auteurs et les droits voisins qui y sont attachés, pour encadrer les relations entre les différents acteurs et soutenir son financement. C'est en ce sens que notre député Erwan Balanant a déposé une proposition de loi relative à la reconnaissance de l'œuvre sonore.

²⁴⁸ Ministère de la Culture, "Observatoire des podcasts : publication de la deuxième étude", 02/07/2025

²⁴⁹ Ibid.

Proposition 25

Définir l'œuvre sonore dans le code de la propriété intellectuelle

Il serait par ailleurs opportun de mener une réflexion globale sur la place de l'audiovisuel public dans notre démocratie pour clarifier le périmètre de ses missions et allouer les moyens nécessaires à leurs réalisations. L'audiovisuel public pourrait ainsi voir son rôle renforcé dans le cadre d'un plan global d'éducation aux médias et à l'information et d'une lutte coordonnée contre la désinformation et les ingérences étrangères.

En parallèle nous devons pousser au niveau national et européen une réflexion sur la réglementation qui s'applique aux plateformes numériques. En effet, alors qu'elles reposent sur un poids économique et social considérable et captent une part toujours plus croissante de l'audience, les plateformes bénéficient en parallèle d'une asymétrie de réglementation, en détriment des médias traditionnels.

“Les plateformes de réseaux sociaux sont détenues par des milliardaires étrangers qui jouent un rôle incommensurable dans l'ordonnancement des contenus. On ne peut pas à la fois critiquer cet état de fait, plaider pour plus de souveraineté numérique et s'attaquer à la seule source de contenu audiovisuel qui a les moyens de produire de la qualité en France”

Pauline Trouillard, chercheuse en droit des médias²⁵⁰

Les plateformes numériques ne sont pas soumises à la même réglementation que les chaînes audiovisuelles. Ainsi, Youtube et les réseaux sociaux, à l'inverse des médias traditionnels, ne sont entre autres pas soumis à une obligation d'investissement dans la production audiovisuelle et cinématographique, à des obligations sur les oeuvres patrimoniales, à une responsabilité éditoriale, à des obligations d'investissement dans la production indépendante ou encore à un quota de diffusion d'oeuvres françaises et européennes²⁵¹.

En matière publicitaire, l'asymétrie de régulation se fait également au détriment des médias traditionnels. A ce titre, alors que les médias traditionnels n'ont le droit qu'à deux coupures publicitaires par œuvre, et France Télévisions n'a le droit à aucune coupure dans les programmes de jeunesse, les plateformes au contraire ne sont soumises à aucune condition de diffusion. De plus, les médias traditionnels sont soumis à des contraintes publicitaires liées à la charte alimentaire et à la Loi Sapin I visant à assurer la transparence

²⁵⁰ Audition de juristes spécialisés dans le droit des médias dans le cadre de la commission d'enquête sur la neutralité, le fonctionnement et le financement de l'audiovisuel public, 04/12/2025

²⁵¹ Livre blanc 2025. L'exception culturelle française au défi du XXI^e siècle, La filière audiovisuelle (LaFa), 2025

entre les annonceurs, les agences et les vendeurs d'espaces publicitaires. Au contraire, les plateformes ne sont pas soumises à ces conditions et la majorité n'est pas concernée par la Loi Sapin I puisque qu'elle ne contraint pas les acteurs du numérique principalement basés à l'étranger²⁵². Les éditeurs traditionnels doivent par ailleurs obtenir un avis obligatoire de l'ARPP avant la diffusion de message publicitaire pour s'assurer de sa conformité aux règles alors que cette obligation ne s'applique pas aux plateformes²⁵³.

L'émergence massive des plateformes dans l'espace informationnel, notamment la captation toujours plus importante du temps d'écran, déséquilibre profondément le marché publicitaire, pourtant source de financement indispensable des médias traditionnels et consubstantiels à leur modèle économique. "En quelques années seulement, le poids économique des médias historiques dans la publicité a presque été divisé par deux"²⁵⁴ pour ne représenter, en 2025, que 30% du marché. En 2024, "le marché de la publicité numérique en France affichait une hausse de +14% vs 2023 pour atteindre près de 11 milliards d'euros"²⁵⁵. Les 8 plus grandes plateformes numériques ont ainsi capté à eux seuls 74% de ce total, soit 8,2 milliards d'euros²⁵⁶.

"Cette position dominante crée une relation d'ultra-dépendance pour l'écosystème des médias de plus en plus tributaires de leur accès au marché publicitaire numérique. En conséquence, les évolutions ou initiatives stratégiques de ces acteurs peuvent fortement contraindre ou impacter négativement les autres médias"²⁵⁷ La collecte de données et l'utilisation des algorithmes pour cibler l'audience ont contribué à faire massivement migrer les investissements publicitaires vers les plateformes. En captant une part croissante des revenus publicitaires, les plateformes fragilisent non seulement le modèle économique des médias traditionnels, mais menacent également la viabilité du secteur de l'information et de celui de la culture tant elles ne sont, quant à elles, soumises à aucune obligation de financement de la création.

Proposition 26

Uniformiser au niveau européen les réglementations en matière de production, de diffusion et de publicité entre les plateformes et les médias traditionnels

252 Ibid.

253 Ibid.

254 Fondation Jean Jaurès, "Industrie des médias : l'urgence économique, la grande absente du débat public", 17/03/2026

255 Livre blanc 2025. L'exception culturelle française au défi du XXI^e siècle, La filière audiovisuelle (LaFa), 2025

256 Ibid.

257 Etude de la DGMIC et de l'Arcom, "Evolution du marché de la communication et impact sur le financement des médias par la publicité", 30/01/2024

Cette contribution au débat entend mettre la lumière sur les enjeux qui ont volontairement été passés sous silence. Face aux accusations infondées et aux procédés inquisitoires, nous répondons par des faits, des remontées de la part du secteur et une approche constructive qui ne vise pas à transmettre une idéologie mais à protéger notre modèle démocratique et à sécuriser le rapport des citoyens à l'information.

En reprenant les codes du discours de l'extrême-droite visant à démanteler le service public, et en s'attaquant à l'audiovisuel public comme ces mêmes partis s'attaquent à la création, la commission d'enquête sur la neutralité, le fonctionnement et le financement de l'audiovisuel public a manqué sa cible. Elle est passée à côté des véritables enjeux. L'audiovisuel public, et plus globalement le secteur de la culture, ne peuvent plus être appréhendés comme des charges tant ils sont des ressources stratégiques en matière économique, sociale et démocratique. Soutien à la création et vivier d'emplois, l'audiovisuel public crée ainsi de la richesse et participe au dynamisme des territoires. Il est un pilier stratégique sur lequel repose notre démocratie.

Il est tout autant vital à notre démocratie tant il contribue à favoriser la cohésion sociale, le vivre-ensemble et le collectif alors même que les dynamiques d'individualisation fragilisent l'espace social. Si la production d'une information vérifiée et de qualité est cruciale, l'audiovisuel public ne se contente pas d'informer mais veille à rassembler, fédérer, divertir et éduquer. Les missions sont vastes et les exigences sont hautes. Mais notre audiovisuel public est en première ligne de la lutte contre les menaces face aux GAFAM qui pèsent sur le débat public. Le renforcer et le soutenir revient à soutenir notre démocratie.

En posant des mots sur les maux du secteur culturel, nous souhaitons alerter. Notre démocratie a besoin d'un nouveau souffle ; il ne peut avoir lieu sans un soutien considérable apporté au secteur de la culture et à celui de l'information, sans défense de notre modèle, y compris de l'audiovisuel public, face aux attaques massives et idéologiques auxquelles il fait face. Si l'audiovisuel public a été pris pour cible en France et en Europe, ces méthodes sont révélatrices d'un enjeu bien plus large : les menaces pèsent sur l'ensemble des acteurs de l'industrie culturelle européenne. Les menaces sont globales et multiples. Elles concourent à l'effondrement cognitif qui précède l'effondrement politique, la destruction de l'ensemble de notre modèle.

Pour protéger notre démocratie et notre souveraineté, nous devons apporter des réponses qui soient à la hauteur. Et la tâche est immense. Des coups d'éclat et un article unique ne peuvent être une réponse, ni attendue, ni suffisante.



LES DÉMOCRATES

- ASSEMBLÉE NATIONALE -

Erwan Balanant