

# RAPPORTS MÉDIAS

Rapport sur l'exécution  
du cahier des charges de  
France Médias Monde

Année 2022



## **Avant-propos**

Les obligations de programmes qui s'imposent aux services de communication audiovisuelle du secteur public relèvent de la loi et de leur cahier des charges, acte réglementaire du Gouvernement.

Le cahier des charges de France Médias Monde définit ainsi les obligations éditoriales et déontologiques ainsi que celles en matière de communications commerciales et de relations avec les autres opérateurs audiovisuels français et étrangers.

Conformément aux dispositions de l'article 48 de la loi du 30 septembre 1986, le présent rapport de l'Autorité porte sur l'exécution par France Médias Monde de ce cahier des charges au cours de l'année 2022. Il se fonde essentiellement sur le rapport d'exécution transmis par France Médias Monde, complété le cas échéant par d'autres éléments transmis par l'entreprise.

## Synthèse

En 2022, France Médias Monde a proposé une offre de programmes axée sur l'information, la diversité culturelle et la promotion des valeurs démocratiques et républicaines à destination du public international et du public français, en particulier celui résidant à l'étranger.

### **Délivrer une information libre, indépendante et certifiée indispensable dans le contexte géopolitique actuel**

Dans un contexte marqué par des tensions géostratégiques majeures, l'offre des médias de France Médias Monde doit relever le défi majeur d'informer et éclairer les publics sur les bouleversements du monde.

Alors que l'année 2022 a été marquée par le début de la guerre en Ukraine, France Médias Monde a mobilisé ses moyens pour couvrir le conflit. Le groupe a ainsi lancé RFI en Ukrainien, une nouvelle offre numérique (site internet et application) produite depuis Bucarest, dotant le groupe d'une 21<sup>ème</sup> langue de diffusion.

Ses médias ont proposé un décryptage de l'actualité internationale (élections de mi-mandat aux Etats-Unis, élections présidentielles au Brésil, coup d'Etat au Burkina Faso, COP 27, Forum de Davos...) et ont couvert les grands événements de l'actualité française (élection présidentielle, élections législatives...).

Cette offre d'information a enregistré de bonnes performances sur l'année 2022 (259,6 millions de contacts hebdomadaires sur tous les supports, soit + 6 % vs. 2021).

### **Faire face à l'intensification des luttes d'influences et la multiplication des canaux de désinformation**

France Médias Monde évolue dans un contexte difficile. Du seul fait de son statut public, le groupe fait l'objet dans un nombre croissant de pays d'une mise en cause injustifiée de la légitimité de ses médias et de l'indépendance du travail de ses journalistes. La situation géopolitique actuelle nécessite donc de réaffirmer et de garantir sa mission première, celle de promouvoir les valeurs démocratiques et républicaines au niveau mondial et de proposer une vision française de l'actualité internationale caractérisée par son indépendance.

Le groupe fait face à la censure de plusieurs de ses médias au Mali<sup>1</sup>, au Burkina Faso<sup>2</sup> et en Russie<sup>3</sup>. Cette situation s'est aggravée en 2023 avec la coupure des services du groupe

---

<sup>1</sup> France 24 sur le câble et les bouquets satellite et ses sites internet propres ainsi que RFI sur la FM, les radios partenaires et ses sites internet propres

<sup>2</sup> France 24 sur le câble et les bouquets satellite ainsi que RFI sur le câble et les bouquets satellite, la FM et les radios partenaires

<sup>3</sup> France 24 sur le câble et les bouquets satellite, sur Facebook, Instagram et Twitter ainsi que RFI sur ses sites internet propres, Facebook, Instagram et Twitter

au Niger<sup>4</sup> et leur brève suspension au Gabon<sup>5</sup>. Néanmoins, il sait développer des modes de distribution diversifiés afin de continuer à garantir l'accès à ses services.

Le respect de la liberté d'informer demeure ainsi un enjeu capital pour France Médias Monde ainsi que la lutte contre la désinformation. A ce titre, le groupe propose une quinzaine d'émissions spécifiquement consacrées à la lutte contre les fausses informations.

### **Asseoir le rayonnement et la notoriété de ses services**

Si le groupe France Médias Monde a poursuivi en 2022 sa stratégie d'hyper distribution raisonnée, il doit désormais engager une nouvelle phase de son développement numérique. Il doit en effet faire progresser ses environnements numériques propriétaires et enrichir sa production numérique pour répondre aux offres de ses principaux concurrents et élargir ses publics.

Par ailleurs, pour remplir ses missions, France Médias Monde a maintenu sa logique de synergies et de partenariats avec une grande variété d'organismes publics et privés, français et étrangers.

Les coopérations engagées avec Radio France et France Télévisions se sont poursuivies mais demeurent insuffisantes. En dépit du constat fait depuis plusieurs années par l'Autorité, aucune avancée significative en la matière n'est à relever pour l'année 2022. En tenant compte de la spécificité de France Médias Monde, l'Arcom invite le groupe à approfondir sa coopération avec ses partenaires, notamment sur le numérique. En particulier, la richesse de ses contenus consacrés à la lutte contre la désinformation pourrait être bénéfique à l'offre des sociétés de l'audiovisuel public.

\*\*

\*

Pour répondre aux enjeux auxquels France Médias Monde est confrontée dans l'exécution de ses missions, l'Autorité détaille dans le présent rapport plusieurs axes de réflexion (cf. Enjeux et perspectives) :

- L'adaptation de la stratégie de développement, notamment linguistique, de l'offre de services du groupe en fonction du contexte géopolitique ;
- Le renforcement des environnements numériques propriétaires du groupe ;
- La poursuite du développement de l'offre de contenus consacrés à la lutte contre la désinformation ;
- Le maintien et la modernisation des outils de dialogue et de médiation du groupe avec les publics ;
- Une place plus importante et mieux définie pour France Médias Monde dans les coopérations avec les autres sociétés nationales de programme.

Les prochains COM doivent être l'occasion pour les pouvoirs publics d'engager une réflexion sur l'évolution du service public audiovisuel, d'éclairer l'orientation stratégique attendue

<sup>4</sup> RFI et France 24 restent actuellement accessibles au Niger en réception satellitaire directe ; Les programmes de RFI en français, haoussa et fulfulde continuent d'être diffusés en ondes courtes ; RFI et France 24 sont également accessibles sur YouTube, sur leurs applis, leurs sites Internet et les réseaux sociaux.

<sup>5</sup> RFI et France 24 ont été suspendus provisoirement au Gabon le 26 août 2023 après la journée de vote au Gabon lors des élections générales. Ils ont été rétablis le 30 août 2023.

pour France Médias Monde et de mieux définir sa place au sein des coopérations avec les autres sociétés de l'audiovisuel public.

## Sommaire

|   |           |
|---|-----------|
| <b>I. OFFRE EDITORIALE .....</b>  | <b>9</b>  |
| A. Les services .....   | 9         |
| ENJEUX ET PERSPECTIVES .....  | 13        |
| B. La programmation .....   | 14        |
| 1. L'information.....   | 14        |
| ENJEUX ET PERSPECTIVES .....  | 18        |
| 2. La promotion des valeurs démocratiques et républicaines .....                | 20        |
| ENJEUX ET PERSPECTIVES .....  | 22        |
| 3. La culture et la musique .....   | 23        |
| ENJEUX ET PERSPECTIVES .....  | 25        |
| 4. La promotion de la langue française et le multilinguisme .....               | 26        |
| 4.1. La promotion de la langue française .....                                  | 26        |
| 4.2. Le multilinguisme .....  | 29        |
| ENJEUX ET PERSPECTIVES .....  | 31        |
| <b>II. DISTRIBUTION ET AUDIENCES.....</b>                                       | <b>32</b> |
| A. La présence mondiale .....   | 32        |
| 1. La distribution traditionnelle.....  | 32        |
| 2. La distribution numérique .....  | 38        |
| ENJEUX ET PERSPECTIVES .....  | 41        |
| B. Les audiences .....  | 42        |
| 1. Les audiences linéaires.....   | 42        |
| 2. Les audiences numériques .....   | 47        |
| ENJEUX ET PERSPECTIVES .....  | 48        |
| <b>III. COOPERATIONS .....</b>  | <b>49</b> |
| A. Les relations extérieures.....   | 49        |
| 1. Les coopérations avec des organismes de radiodiffusion étrangers.....        | 49        |
| 2. L'action culturelle de coopération.....                                      | 52        |
| ENJEUX ET PERSPECTIVES .....  | 53        |
| B. Les coopérations avec les organismes audiovisuels français .....             | 54        |
| 1. Les relations avec les sociétés nationales de programme .....                | 54        |
| 2. Les relations avec TV5Monde et l'INA .....                                   | 58        |
| 3. Les relations avec les autres organismes français du secteur des médias..... | 59        |

---

|  |           |
|--|-----------|
| ENJEUX ET PERSPECTIVES .....   | 60        |
| <b>IV. LES RELATIONS DE FRANCE MEDIAS MONDE AVEC L'AUTORITE DE<br/>REGULATION DE LA COMMUNICATION AUDIOVISUELLE ET NUMERIQUE .....</b>   | <b>62</b> |
| A. Campagnes et actions .....  | 62        |
| 1. Protection des mineurs .....  | 62        |
| 2. Education aux médias et à l'information .....   | 64        |
| 3. Santé .....   | 65        |
| 4. Egalité et diversité .....  | 65        |
| 5. Accessibilité .....   | 66        |
| 6. Pluralisme.....   | 67        |
| B. Interventions de l'Arcom auprès de France Médias Monde.....   | 70        |
| C. Le Comité relatif à l'Honnêteté, à l'indépendance et au pluralisme de l'information<br>et des programmes de France Médias Monde ..... | 70        |
| <b>ANNEXE 1 .....</b>  | <b>71</b> |
| <b>ANNEXE 2 .....</b>  | <b>78</b> |
| <b>ANNEXE 3 .....</b>  | <b>79</b> |



## I. OFFRE EDITORIALE

France Médias Monde doit proposer « *une offre de services de communication au public par voie électronique à destination d'un public international* »<sup>6</sup> **(A.)** dont la programmation est au service de l'information et de la diversité culturelle et assurer la promotion des valeurs démocratiques et républicaines, de la langue française et du multilinguisme au niveau mondial **(B.)**.

### A. Les services

Art. 1,  
2, 3

Conformément à son cahier des charges, en 2022, France Médias Monde a proposé une offre de services de communication audiovisuelle et de services de communication au public en ligne en 21 langues<sup>7</sup> destinés principalement au public international ainsi qu'au public français, en particulier celui résidant à l'étranger.

#### PANORAMA DE L'OFFRE DE SERVICES

La société en charge de l'audiovisuel extérieur édite une chaîne d'information en continu, France 24, et deux radios, Radio France Internationale (RFI) et Monte Carlo Doualiya (MCD). Depuis 2017, le groupe détient également à 100 % Canal France International (CFI), l'agence française d'aide au développement par les médias.

##### Les services linéaires



**France 24** est la chaîne d'information internationale en continu déclinée en quatre langues et quatre antennes spécifiques et autonomes (français, anglais, arabe et espagnol). Elle s'appuie sur deux rédactions, l'une basée à Paris et l'autre à Bogota, 450 journalistes et 164 bureaux de correspondants à travers le monde.



**RFI** est la radio « *d'actualité, de réflexion et de découverte* » du groupe. Constituée de deux déclinaisons (une grille Afrique et une grille Monde), elle propose ses programmes en français et dans 16 autres langues (anglais, cambodgien, chinois, espagnol, haoussa, mandingue, fulfulde, portugais, brésilien, khmer, kiswahili, persan, roumain, russe, vietnamien et ukrainien depuis 2022). Elle s'appuie sur 480 journalistes basés à Paris, un réseau de 400 correspondants à travers le monde et 7 envoyés spéciaux permanents.



**MCD** est la radio généraliste arabophone qui porte les valeurs de liberté, de laïcité et d'universalisme au Maghreb et au Moyen-Orient. Elle s'appuie sur 38 journalistes à Paris et un réseau de 80 correspondants dans le monde, dont certains collaborent avec France 24. Son habillage sonore a été repensé en 2022.

**Sources :** chiffres issus des dossiers de presse de France 24, RFI et MCD, Février 2023

Outre ses antennes linéaires, le groupe déploie une offre de services en ligne composée de deux services 100 % numérique (ENTR et Info Migrants), des déclinaisons numériques de ses services linéaires (sites internet et applications de France 24, RFI et MCD) ainsi que des sites transverses.

<sup>6</sup> Intitulé du Chapitre Ier du cahier des charges de France Médias Monde

<sup>7</sup> français, anglais, brésilien, khmer, créole haïtien, chinois, espagnol, fulfulde, haoussa, kiswahili, mandenkan, persan, portugais, roumain, russe, vietnamien, ukrainien, arabe, dari, bengali, pachoune

### Les services numériques



**EN TR** est une offre 100 % numérique sur les réseaux sociaux (Facebook, Instagram, YouTube et Twitter désormais X) développée en partenariat avec Deutsche Welle et d'autres médias européens et disponible en 6 langues (français, anglais, allemand, polonais, portugais et roumain). Elle s'adresse aux jeunes européens en traitant des sujets en lien avec leurs préoccupations (climat, santé, sexualité, citoyenneté...).



**Info Migrants** est un site d'information disponible en 6 langues (français, anglais, arabe, dari, pachtoun et bengali) destiné aux migrants et développé avec Deutsche Welle en partenariat avec l'agence de presse italienne ANSA. L'offre est également disponible sur les réseaux sociaux (Facebook, Instagram, Twitter désormais X, Viber, Telegram, Free basics, YouTube et Soundcloud).



Le groupe propose plusieurs **sites internet et applications** : les environnements numériques de France 24 (un site et une application déclinés dans les quatre langues de la chaîne), RFI (un site décliné dans les langues de la radio et deux applications RFI et RFI Pure radio) et MCD (un site et deux applications MCD et MCD Pure radio) mais également des sites transverses et thématiques (Les Observateurs, Le français facile avec RFI, RFI Musique, RFI Instrumental, RFI Publicité, Mondoblog, Académie, CFI).

Depuis plusieurs années, le groupe développe **des synergies au sein et entre ses services** :

- **au sein de chaque média** : les liens entre les rédactions françaises et celles en langues étrangères de France 24 et de RFI se renforcent (conférences de rédaction communes, échanges et adaptations de contenus...) ;
- **entre les différentes antennes** : les services co-produisent ou reprennent des émissions. Ainsi, MCD reprend sur son antenne six émissions de France 24 en arabe (*Une semaine dans le monde, Le Débat, Un invité, un parcours, Libres pensées, Dans la sphère des tabous* et *La semaine de l'éco*) et coproduit deux émissions avec la même chaîne (*Club de la presse* et *Sport 24*). France 24 et RFI proposent chaque semaine des émissions communes en français (*Mardi politique, Ici l'Europe, Café des sports, Le Débat africain, Légendes urbaines*) et en espagnol (*Escala en Paris, En primera plana* et *Carousel de las Artes*).

### Panorama des émissions communes de France 24, RFI et MCD

Coproductions et reprises entre les antennes

Les antennes mutualisent également leurs moyens au service de l'offre éditoriale du groupe (interventions croisées des journalistes sur les antennes à l'instar de l'émission *Orient Hebdo* sur RFI, qui accueille régulièrement des journalistes de MCD ; partage des réseaux de correspondants ; missions communes sur le terrain ; éditions ou opérations spéciales organisées conjointement, notamment pour la Coupe du Monde de football au Qatar et la COP 27 à Glasgow ; promotion croisée entre les antennes...)

- **entre les services linéaires et numériques** : le groupe développe la polyvalence de ses journalistes afin qu'ils produisent des contenus pour les deux types de services (par exemple, les images de France 24 sont utilisées sur les environnements numériques de RFI en langues étrangères ; les contenus de France 24 renforcent le site de MCD).

Par ailleurs, le groupe participe aux offres communes des sociétés de l'audiovisuel public : franceinfo, Lumni et Culture Prime<sup>8</sup>.

## FAITS MARQUANTS DE L'ANNEE 2022

En 2022, France Médias Monde a adapté son offre de services afin de traiter au mieux l'actualité internationale.



### RFI en Ukrainien



L'année a été marquée par le lancement, en octobre 2022, d'une offre numérique de RFI en ukrainien (16<sup>ème</sup> langue de RFI et 21<sup>ème</sup> du groupe) sur le site rfi.fr, sur des applications disponibles sur iOS et Android et sur les réseaux sociaux (Telegram, Facebook, Twitter<sup>9</sup>, Instagram et YouTube).

Destinée à faire « face à l'urgence en Europe centrale et orientale dans le contexte de conflit armé en Ukraine et de ses conséquences dans le champ informationnel »<sup>10</sup>, cette nouvelle offre donne accès à des articles, photos et vidéos sur la situation en Ukraine, en

<sup>8</sup> Cf. III. Les coopérations

<sup>9</sup> Désormais X

<sup>10</sup> RFI, Communiqué de presse « RFI lance son offre d'information en ukrainien 100 % numérique sur rfi.fr/uk/ et sur les réseaux sociaux », 21 octobre 2022

Russie et en Europe orientale, sur la situation des personnes déplacées par le conflit ainsi que sur l'actualité européenne et internationale. Elle cherche à s'adresser, en particulier, aux jeunes.

Cette offre est produite par la rédaction de RFI en Ukrainien installée à Bucarest dans une structure propre<sup>11</sup> aux côtés des équipes de RFI România et composée de 20 personnes dont 15 journalistes<sup>12</sup>.

Le groupe France Médias Monde s'est appuyé sur les différents moyens dont il dispose afin de créer ce nouveau service :

- les journalistes qui composent la rédaction de RFI en ukrainien ont été recrutés et formés par les équipes de formation du groupe, avec le concours de l'Académie de France Médias Monde ;
- Canal France International a également participé à la création de cette plateforme ;
- les rédactions de RFI en ukrainien et en russe travaillent étroitement ensemble en adaptant leurs contenus dans l'une ou l'autre langue afin d'enrichir leurs offres numériques respectives ;
- la rédaction de RFI en ukrainien peut s'appuyer sur les ressources éditoriales des autres rédactions de RFI et de France 24 ainsi que sur l'expertise et la disponibilité des équipes de RFI România ;
- RFI en Ukrainien s'appuie sur la technologie de transcription et de sous-titrage semi-automatisé mise à disposition par France Télévisions qui permet à la rédaction de diffuser des vidéos de France 24 sous-titrées en ukrainien sur son site et ses réseaux sociaux.

Selon France Médias Monde, le site de RFI en ukrainien peut être crédité de 536 000 visiteurs uniques entre janvier et mars 2023.

## Le développement des environnements numériques

Afin de s'adapter aux nouveaux usages, France Médias Monde a développé ses environnements numériques grâce à des innovations techniques et éditoriales.



Les sites de MCD et de RFI ont été enrichis avec la production **de nouveaux podcasts natifs**. L'offre de MCD se compose désormais de trois podcasts originaux avec le lancement, en 2022, de *L'environnement à portée de tous* et *Education sexuelle*, après *Ahkili* (« Raconte-moi ») en 2021. *La Terre sur les épaules*, *La France, mon bleu*, *Au pays des Sao* et *Philosophes d'Afrique, penseurs du Monde* sont venus enrichir l'offre de podcasts de RFI.

<sup>11</sup> « hub » selon l'expression de France Médias Monde

<sup>12</sup> Chiffres communiqués par France Médias Monde



En novembre 2022, le groupe a lancé son nouveau site d'apprentissage du français, **Le français facile avec RFI**, en remplacement de RFI Savoirs<sup>13</sup>. Ce nouvel environnement numérique présente des innovations afin de s'adapter aux nouveaux usages et d'améliorer l'expérience utilisateur. Par exemple, le « *Journal en français facile* », accessible sur le site, est doté d'un lecteur intelligent permettant à l'utilisateur de l'écouter en lisant simultanément sa transcription, avec la possibilité de choisir la vitesse de lecture.

## ENJEUX ET PERSPECTIVES

**Dans un contexte de fortes tensions géostratégiques, les médias de France Médias Monde sont essentiels pour comprendre et analyser les bouleversements du monde. Le groupe doit constamment adapter son offre de services en fonction de l'évolution du contexte géopolitique.**

En 2022, France Médias Monde a su mobiliser ses moyens et savoir-faire pour traiter l'actualité relative à la guerre en Ukraine. Toutefois, le lancement de l'offre de RFI en Ukrainien en novembre 2022 est intervenue six mois après le début du conflit alors que les autres acteurs européens, BBC World News et Deutsche Welle, disposaient déjà d'une offre en ukrainien avant le début de la guerre.

Si l'Europe est l'un des premiers bassins de couverture de France Médias Monde<sup>14</sup> et que celui-ci y a récemment lancé de nouvelles offres (ENTR et Info Migrants), une réflexion pourrait être menée par le groupe, en concertation avec les tutelles et en fonction des moyens qui lui sont alloués, sur sa stratégie en Europe de l'Est et du Sud. La pérennisation et le développement du « hub » de RFI à Bucarest pourrait permettre d'accroître sa présence dans la région et de développer la production locale de contenus.

**Enfin, dans un contexte fortement concurrentiel, le groupe doit être en capacité d'asseoir la pleine notoriété de ses services afin de capter un large auditoire. L'identité du groupe doit être davantage affirmée, en particulier sur ses environnements numériques, pour faire face à la multiplication des canaux de désinformation.**

Restructurés en 2019 et enrichis au cours des dernières années, les sites web fixes et mobiles de MCD, France 24 et RFI pourraient encore progresser au travers de davantage de synergies pour répondre, dans les limites imposées par les moyens alloués au groupe, aux standards des autres médias internationaux particulièrement offensifs dans la délivrance en ligne d'une information riche et lisible. L'offre de podcasts originaux du groupe pourrait encore être étoffée, en particulier celle de MCD.

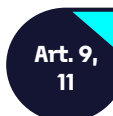
<sup>13</sup> Site refondu en 2022 autour d'une offre nommée RFI Connaissances sur le site rfi.fr et d'un site internet Le français facile avec RFI entièrement consacré à l'apprentissage du français

<sup>14</sup> 187,8 millions de foyers touchés par France 24 - diffusion 24/24, toutes langues ; 16 émetteurs FM et 100 radios partenaires pour RFI fin 2022 ; Données communiquées par France Médias Monde in France Médias Monde, Rapport d'exécution cahier des charges pour l'exercice 2022

## B. La programmation

France Médias Monde propose une offre d'information indépendante et pluraliste **(1.)** et promeut les valeurs démocratiques et républicaines **(2.)**, la diversité culturelle **(3.)**, la langue française et le multilinguisme **(4.)** à travers le monde.

### 1. L'information



#### PANORAMA DE L'OFFRE D'INFORMATION

Conformément à son cahier des charges, France Médias Monde propose, tant sur ses services linéaires que sur ses services numériques, une offre d'information qui s'articule autour de trois axes :

- une vision française de l'actualité internationale ;
- un décryptage de l'actualité française à l'international ;
- la compréhension des questions économiques et sociales.

Grâce à ses journalistes à Paris, à ses rédactions délocalisées ainsi qu'à ses correspondants à travers le monde, France Médias Monde rend compte de **l'actualité internationale**. Ses services proposent des émissions et podcasts ainsi que des dispositifs spéciaux, pour couvrir les événements majeurs de l'actualité internationale.

### La vision française de l'actualité internationale

#### EMISSIONS ET CHRONIQUES DEDIEES

**France 24** : *Le Débat, Focus, Reporters, Billet retour, Une semaine dans le monde...*

**RFI** : *Décryptage, Appels sur l'Actualité, Géopolitique, le débat, Grand reportage, Accents du monde, Une semaine d'actualité, Le tour du monde des correspondants...*

**MCD** : *Reportages...*

**Emissions bi-médias sur l'actualité internationale :**  
*Une semaine dans le monde, Le Débat*

**franceinfo :**  
**Emission coproduite avec franceinfo (TV) :**  
*Le monde dans tous ses états*



#### COUVERTURE DES GRANDS EVENEMENTS

Les antennes et les équipes de France Médias Monde se mobilisent pour **couvrir les grands événements de l'actualité internationale** (manifestations en Iran, élection présidentielle au Brésil, COP 27, guerre en Ukraine, Elections de mi-mandat aux États-Unis, coup d'état au Burkina Faso...).

Certaines émissions sont également **délocalisées** sur le terrain (Dakar, Nouakchott, Amman, Bagdad et Erbil, Varsovie...).



#### OFFRE NUMERIQUE

- Replay des émissions et podcasts de réécoute ;
- Podcasts natifs (*Témoins d'actu* sur RFI...);
- Vidéos mobiles ;
- Pages dédiées sur les environnements numériques pour la couverture de grands événements internationaux.

#### La couverture des « Mid-terms » aux Etats-Unis sur le numérique

A l'occasion des « Mid-terms » aux Etats-Unis, la rédaction numérique de France 24 a proposé une page dédiée et un « liveblog » (article mis à jour en direct) pour suivre en temps réel les dernières informations. Ses réseaux sociaux en français et en anglais ont proposé une série de vidéos courtes « *France 24 répond à vos questions* » sur le fonctionnement des élections de mi-mandat aux États-Unis, les candidats les plus importants et duels clés, ainsi que les enjeux du scrutin.

La vision française de l'actualité internationale s'illustre également par le traitement de l'actualité propre à chaque région du monde : l'Afrique (*Afrique hebdo* sur France 24, *Le Débat africain* sur RFI), le Proche et le Moyen-Orient (*L'Heure du Golfe* sur MCD, *L'heure du Maghreb* sur France 24), l'Europe (*Accents d'Europe* sur RFI et *Ici l'Europe* sur France 24 et RFI), les Amériques (*Cap Amériques* sur France 24, *le Journal des Amériques et d'Haïti* sur RFI) et l'Asie (*Access Asia* sur France 24 en anglais et *Asi es Asia* sur France 24 en espagnol).

France Médias Monde propose **un décryptage de l'actualité française à l'international**. Pour ce faire, le groupe s'appuie sur ses journalistes à Paris ainsi que sur les reportages produits et mis à sa disposition par France Télévisions<sup>15</sup>.

A ce titre, le groupe traite également de l'actualité des Outre-mer dans ses journaux et magazines. Ainsi, RFI diffuse, trois fois par jour, les journaux produits par le réseau *La 1ère* de France Télévisions. Depuis 2022, ces journaux font l'objet d'une page dédiée sur le site de RFI en français. France 24 propose chaque semaine le magazine *Outre-mer*, réalisé par le Pôle Outre-mer de France Télévisions. Enfin, en 2022, le groupe France Médias Monde a renouvelé sa participation à l'opération « Cœur Outre-mer » organisée par France Télévisions, aux côtés des autres sociétés de l'audiovisuel public<sup>16</sup>.

## Un décryptage de l'actualité française à l'international

### EMISSIONS ET CHRONIQUES DEDIEES



**France 24** : *Politique, Face à face, C'est en France, France in Focus* en anglais, *Le débat* en français, anglais, arabe et espagnol...



**RFI** : *L'Invité du matin, La revue de presse France, Politique, Le choix de la semaine...*



**MCD** : *La revue de presse quotidienne*, les débats « mi-journée » et « après-midi » dans les tranches d'information, *Le débat*



**Emissions bi-médias France 24 - RFI** :  
*Mardi Politique*

### COUVERTURE DES GRANDS EVENEMENTS

Les antennes de France Médias Monde ont couvert **les temps forts de l'actualité française** (élection présidentielle, élections législatives, verdict du procès des attentats du 15 novembre et procès de l'attentat du 14 juillet à Nice ...).



**franceinfo**:

franceinfo: radio et télévision, RFI et France 24 se sont associés pour proposer l'émission *Planète Elysée 2022* afin de décrypter les résultats du premier tour de l'élection présidentielle à l'échelle internationale.



### OFFRE NUMERIQUE

- Replay des émissions et podcasts de réécoute ;
- Podcasts natifs (*Ondes de choc « Après l'attentat »* sur RFI) ;
- Vidéos mobiles.

### Le Journal de La 1<sup>ère</sup> sur RFI.fr

Depuis 2022, le site de RFI met à disposition de ses publics le journal quotidien de La 1<sup>ère</sup> sur une page dédiée de son site internet. Cette mise en ligne prolonge la collaboration entre France Médias Monde et le pôle Outre-mer de France Télévisions déjà à l'œuvre sur les antennes linéaires.

Toutefois, conformément à son cahier des charges, la programmation de France 24 ne doit pas accorder une place prépondérante à l'actualité française. Pour l'exercice 2022, la société déclare avoir respecté la proportion maximale quotidienne d'un quart du temps d'antenne de France 24 consacrée à cette dernière<sup>17</sup>.

<sup>15</sup> En vertu d'un contrat signé en 2006 entre France 24 et France Télévisions

<sup>16</sup> Conformément à l'engagement n°5 du Pacte pour la visibilité des Outre-mer signé par France Médias Monde en 2021

<sup>17</sup> France Médias Monde, Rapport d'exécution du cahier des charges pour l'exercice 2022

**Panorama de la programmation des éditions d'information de France 24 et de Franceinfo: TV, le 17 octobre 2022**

|  |   |
|--|---|
|  <p><b>52</b> éditions d'information</p> <p><b>37</b> éditions d'information avec ouverture sur un titre/sujet international dont <b>29</b> sur la guerre en Ukraine</p> <p><b>15</b> éditions d'information avec ouverture sur un titre/sujet national dont <b>11</b> entre minuit et 6h30*</p> <p><small>* Créneau durant lequel France 24 est également diffusée sur la chaîne franceinfo.</small></p> | <p><b>franceinfo:</b></p> <p><b>44</b> éditions d'information</p> <p><b>3</b> éditions d'information avec ouverture sur un titre/sujet international dont <b>2</b> sur la guerre en Ukraine</p> <p><b>41</b> éditions d'information avec ouverture sur un titre/sujet national dont <b>11</b> entre minuit et 6h30*</p> |
|--|---|

**Méthodologie :** L'étude porte sur la programmation des éditions d'information des chaînes France 24 et franceinfo: tout au long d'une journée. Le jour étudié est le 17 octobre 2022 entre minuit et 23h59. Les éditions d'information prises en compte comprennent les journaux, bulletins et rappels des titres. Les émissions Outre-mer et Le Journal de l'Afrique sur France 24 ainsi que Franceinfo: soir à 22h, Le Journal du Monde, Outre-mer l'info, Outre-mer express sur franceinfo: ne sont pas prises en compte dans cette étude. Référencement manuel qui ne saurait être parfaitement exhaustif.

Enfin, comme l'y invite son cahier des charges, France Médias Monde traite **des questions politiques, économiques, sociales et environnementales**. Ses antennes accordent ainsi une large place à la culture économique.

**La compréhension des questions économiques et sociales**

|   |   |
|---|---|
| <p><b>EMISSIONS ET CHRONIQUES DEDIEES</b></p> <p> <b>France 24 :</b> <i>Le Gros Mot de l'Éco, L'Entretien de l'intelligence économique, L'Invité de l'Eco</i> en français, <i>People and Profit</i> en anglais, <i>Economía</i> en espagnol...</p> <p> <b>RFI :</b> <i>Aujourd'hui l'économie, Eco d'ici, Eco d'ailleurs, Afrique Economie...</i></p> <p> <b>MCD :</b> <i>Journal Eco</i></p> <p> <b>Emissions bi-médias France 24 en arabe et MCD :</b><br/><i>La Semaine de l'Eco</i></p> | <p><b>COUVERTURE DES GRANDS EVENEMENTS</b></p> <p>Les antennes de France Médias Monde ont couvert <b>les temps forts de l'actualité économique internationale</b> (Salon mondial de l'automobile, COP 27, grands forums économiques internationaux...).</p> <p>Par exemple, France 24 a offert une programmation spéciale lors du <b>Forum de Davos</b>. La chaîne France 24 en anglais a proposé l'émission <i>Davos Debate</i>.</p> |
|---|---|

**OFFRE NUMERIQUE**

- Replay des émissions et podcasts de réécoute ;
- Podcasts (*L'Afrique qui gagne* sur RFI) ;
- Vidéos mobiles ;

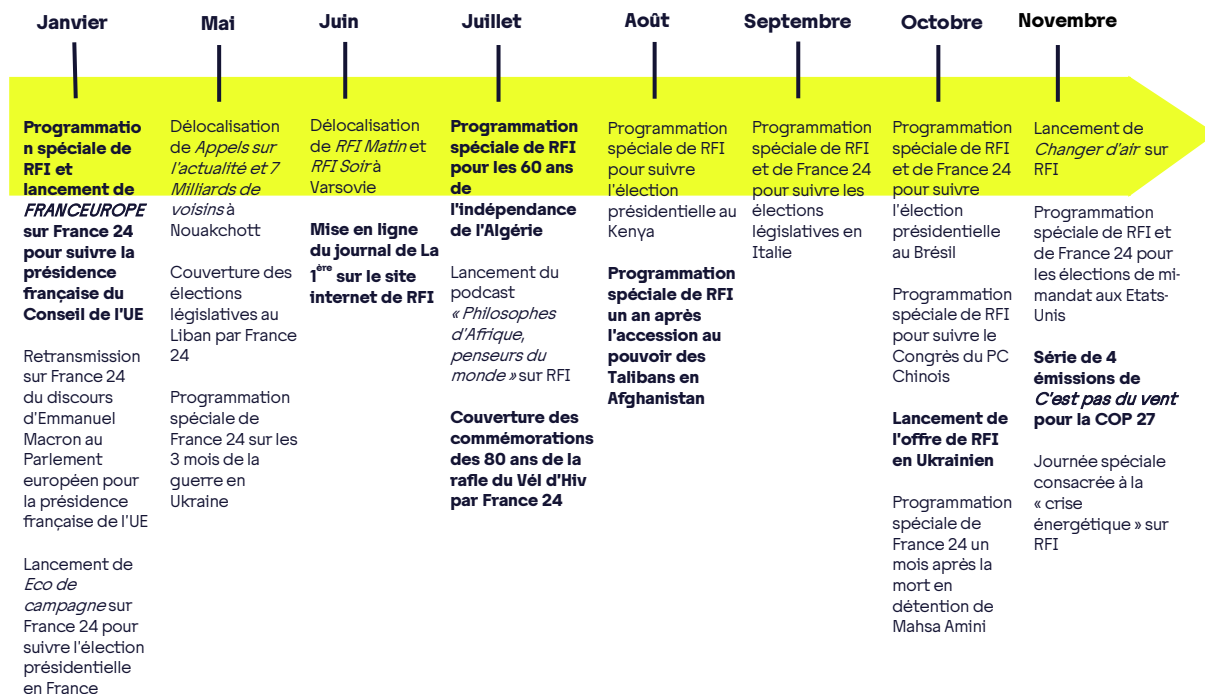
**Dispositif spécial de RFI consacré à la crise énergétique**

Le 14 novembre 2022, RFI a proposé une journée spéciale consacrée à la crise énergétique sur son antenne avec des émissions, invités et reportages dédiés. Cette offre s'est prolongée sur le numérique. RFI.fr a publié des infographies ainsi qu'un article sur les thématiques de la journée. Le site RFI Connaissances a proposé un article sur Instagram, sur le thème « *Le nucléaire, énergie verte ou énergie polluante ?* ».

Les médias du groupe France Médias Monde sensibilisent également les publics aux enjeux environnementaux, avec des émissions en français et en langues étrangères.



## FAITS MARQUANTS DE L'ANNEE 2022



### Le lancement de nouvelles émissions

Afin de renforcer et de renouveler son offre d'information, France Médias Monde a lancé de nouvelles émissions sur ses antennes dans toutes les langues.

#### Panorama des nouvelles émissions d'information sur les antennes de France Médias Monde en 2022



France 24 en espagnol a créé trois nouvelles émissions : *Una semana en el mundo*, *Asi es Asia*, *Expreso de Oriente*. RFI a créé un nouveau rendez-vous mensuel dans ses offres mandingophones et fulaphones avec une séquence d'échanges dans *Appels sur l'actualité* tous les derniers vendredis du mois.

En particulier, le groupe a développé son offre d'information consacrée à la compréhension des enjeux environnementaux<sup>18</sup>. Trois nouveaux rendez-vous axés sur cette thématique ont été lancés en 2022 : *Changer d'air* et *La Terre sur les épaules* sur RFI ainsi que *L'environnement à portée de tous* sur MCD. Ces émissions et podcasts ont renforcé l'offre du groupe en la matière (*C'est pas du vent* et *C'est dans ta nature* sur RFI, *Élément Terre*

<sup>18</sup> Depuis mars 2022, RFI compte 17 journalistes référents en matière d'environnement au sein de chaque service de RFI en français, des magazines, du numérique et des rédactions en langues étrangères ; RFI, Communiqué de presse « *Changer d'air* » *Le journal de l'environnement de RFI* », 3 novembre 2022

sur France 24, *La Planète Verte* sur RFI România, *Down to Earth* et *Medio Ambiente* sur France 24).

France Médias Monde a également enrichi ses grilles afin de couvrir les grands événements de l'année 2022. L'émission *FRANCEUROPE* sur France 24 a été produite spécialement à l'occasion de la Présidence française du Conseil de l'Union européenne. Réalisée par la rédaction Europe de France 24 et déclinée sur les chaînes en français, en anglais et sur les sites et réseaux sociaux de France 24, cette collection de reportages proposait de découvrir des lieux qui incarnent la France en Europe et l'Europe en France. Le programme *Sur la route – France 2022* partait à la rencontre des citoyennes et des citoyens français dans tous les territoires, pour aborder les grandes thématiques de la campagne présidentielle française. Cette offre se prolongeait en ligne sur le site internet de France 24.

### **Le traitement de la guerre en Ukraine**

Outre la création d'une offre numérique de RFI en ukrainien, France Médias Monde a mobilisé toutes ses antennes pour couvrir l'actualité relative à la guerre en Ukraine dans leurs journaux et au moyen de formats variés.

France 24 a ainsi proposé des reportages et longs formats à l'instar de « *Ukraine : avec les soldats de l'ombre, dans la région de Kherson* » coproduit avec Arte ou encore « *Les ambulanciers d'Irpin* » réalisé par Gwendoline Debono, dont le travail a été salué par le Grand prix des Journalistes reporter d'image 2022 de la fondation Varenne.

La société en charge de l'audiovisuel extérieur s'est également efforcée de combattre les fausses informations relatives au conflit. France 24 a lancé une nouvelle chronique hebdomadaire *Vu de Russie* afin d'analyser la propagande et les fausses informations du régime russe. La rédaction des *Observateurs* de France 24, spécialisée dans la vérification des faits et des images, s'est également mobilisée à travers son module « *Info ou Intox* ».

Enfin, plusieurs éditions spéciales ont été diffusées par France 24 et RFI. La première a ainsi proposé, trois mois après le début du conflit, une programmation spéciale sur toutes ses antennes (interventions des correspondants et envoyés spéciaux et diffusion de reportages tout au long de la journée, analyse des conséquences économiques, sociales et diplomatiques du conflit avec des experts en plateau, numéro spécial de *Vu de Russie*...). La seconde a proposé un dispositif exceptionnel quatre mois après le début du conflit avec une édition spéciale de ses émissions *RFI Matin* et *RFI Soir* en direct de Varsovie.

## **ENJEUX ET PERSPECTIVES**

**La couverture de la guerre en Ukraine et, plus largement, des grands temps forts de l'actualité internationale a favorisé les coopérations éditoriales et techniques entre France Médias Monde et les autres sociétés de l'audiovisuel public. Toutefois, celles-ci doivent encore s'intensifier.**

Ces collaborations se sont notamment traduites par :

- des interventions des journalistes de France Médias Monde sur les antennes des autres sociétés publiques (notamment dans *C dans l'air* sur France 5...) ;
- des coproductions à l'instar du long format « *Reporters : Disparaître sous les radars des algorithmes* » avec Arte France ;
- des émissions spéciales comme *Planète Elysée* avec la chaîne et la radio franceinfo: afin de couvrir les enjeux internationaux de l'élection présidentielle en France ;
- des collaborations techniques (utilisation de l'outil de transcription et de traduction semi-automatisé de France Télévisions).

France Médias Monde doit amplifier ces coopérations éditoriales et faire pleinement profiter les autres sociétés de l'audiovisuel public de son expertise et de ses moyens sur l'actualité internationale. En particulier, la coordination des correspondants et envoyés spéciaux mérite d'être davantage développée.

**Le groupe a accordé une grande importance à la lutte contre la désinformation, enjeu majeur et décisif dans le contexte international.**

France Médias Monde propose plusieurs chroniques et émissions dédiées déclinées dans plusieurs langues (*Les dessous de l'infox*, *La chronique des dessous de l'infox...*) ainsi qu'une entrée et une page sur les sites internet et applications de RFI, France 24 et MCD. Le groupe s'appuie notamment sur la rédaction *des Observateurs*, un réseau de 5000 citoyens témoignant des événements à travers le monde<sup>19</sup>, qui dispose d'un site propre en quatre langues (français, anglais, arabe et persan) et réalise la chronique « *Info ou intox* » et l'émission *Les Observateurs*.

Le groupe participe également à de nombreuses initiatives collaboratives et participatives. Il contribue avec les autres sociétés de l'audiovisuel public à la plateforme de vérification de l'information « *Vrai ou Fake* »<sup>20</sup> sur le site *franceinfo*:. Il est membre de l'International Fact Checking Network aux côtés de l'Agence France Presse. Enfin, il intervient dans les établissements scolaires afin de sensibiliser les jeunes à la lutte contre la désinformation et à l'éducation aux médias, en partenariat avec le CLEMI (Centre pour l'Education aux Médias et à l'Information), le réseau des lycées français et l'AEFE (Agence pour l'Enseignement Français à l'Étranger).

Au regard de l'évolution des modes de consommation de l'information et des techniques, en particulier du développement de l'intelligence artificielle générative, France Médias Monde devra poursuivre le développement de son offre pour lutter encore plus activement contre la désinformation, en particulier sur le numérique.

<sup>19</sup> France Médias Monde, Rapport d'exécution du cahier des charges pour l'exercice 2022

<sup>20</sup> Devenue « Vrai ou faux » en 2023

## 2. La promotion des valeurs démocratiques et républicaines

Art. 10

En vertu du préambule de son cahier des charges, France Médias Monde doit « véhiculer les valeurs démocratiques et républicaines au niveau mondial » en diffusant des émissions de découverte et documentaires qui mettent l'accent sur la compréhension des valeurs démocratiques et républicaines et qui veillent à mettre en perspective les informations fournies dans leur environnement historique, géographique, social, économique et culturel.

Afin de favoriser une meilleure compréhension du fonctionnement démocratique des institutions, les émissions du groupe s'attachent à évoquer les institutions internationales, européennes et françaises.

Plus largement, en œuvrant à la diffusion d'une information neutre, indépendante et rigoureuse, France Médias Monde entend promouvoir la liberté d'information et les valeurs démocratiques.

### FAITS MARQUANTS DE L'ANNEE 2022



### Un contexte difficile

L'année 2022 a été marquée par de fortes tensions internationales, liées notamment à l'invasion de l'Ukraine, et par une dégradation des relations diplomatiques de la France avec certains Etats d'Afrique subsaharienne (Mali, Burkina Faso). Dans ce contexte, l'accomplissement de la mission de France Médias Monde d'assurer le rayonnement de la France dans le monde s'est avéré parfois délicat, avec des cas de censure ou d'attaques sur les réseaux sociaux, notamment :

- l'interdiction de France 24 en mars 2022 et de la diffusion en ligne de RFI en avril 2022 en Russie, au même titre que de nombreux autres médias européens ;
- l'interdiction de RFI et France 24 au Mali le 17 mars 2022, consécutive à la diffusion d'un reportage, et au Burkina Faso (décembre 2022 pour RFI, début 2023 pour France 24) ;
- les attaques croissantes à l'égard de France 24 et RFI sur les réseaux sociaux en Afrique ;
- les tensions dans certains pays du Maghreb (notamment Algérie) dans lesquels France Médias Monde rencontre des difficultés pour l'accréditation des correspondants de France 24 et de RFI.

Dans un tel contexte, dans certaines de ses zones de diffusion prioritaires, comme l'Afrique, il est devenu moins aisé pour France Médias Monde de maintenir sa ligne éditoriale sans risquer d'accroître l'hostilité à son égard des dirigeants, de certains leaders d'opinions ou d'une partie de la population. La défense d'une information indépendante, mais qui n'est pas toujours perçue comme telle par les autorités locales, est parfois en elle-même une source de conflit avec ces dernières, comme en attestent les obstacles rencontrés régulièrement par le groupe dans plusieurs pays.

## PANORAMA DE L'OFFRE DE FRANCE MEDIAS MONDE POUR PROMOUVOIR LES VALEURS DE DEMOCRATIE

En 2022, l'offre du groupe s'est étoffée de quelques nouveaux programmes :

- depuis septembre 2022, un nouveau rendez-vous en langues africaines (mandenkan et en fulfulde), une fois par mois, dans *Appels sur l'actualité*, est destiné en particulier aux auditrices, invitées à témoigner sur des sujets d'actualité et de société ;
- sur la plateforme numérique, un espace « *Echos d'Afghanistan* » (en persan) a été lancé par RFI au début du mois de février 2022 ; dans un contexte de fermeture de son pays, il offre à la population afghane de l'intérieur et de l'étranger la possibilité de témoigner.

Les principaux programmes de France Médias Monde destinés à la promotion des valeurs démocratiques sont les suivants.

### La promotion des valeurs démocratiques et républicaines

#### L'égalité entre les femmes et les hommes

- Traitement de **l'information** touchant les droits des femmes (remise en cause du droit à l'avortement en Iran ou en Afghanistan, etc...)
- De nombreuses **émissions dédiées au public féminin**, comme par exemple *Actuelles*, émission hebdomadaire sur France 24 dans les 4 langues, ou *encore Espaces femmes* et *Alors on dit quoi ?* en mandenkan et en fulfulde ;
- Une programmation spéciale consacrée à la **couverture de grands événements** (Journée internationale des droits des femmes le 8 mars, Journée internationale de la tolérance zéro à l'égard des mutilations génitales féminines du 6 février, ou Journée internationale de lutte contre les violences faites aux femmes du 25 novembre)

**848** sujets consacrés aux droits des femmes et à la lutte contre les violences faites aux femmes en 2022 sur les antennes de France 24 et RFI en français

#### Le respect des droits humains et la lutte contre toutes les formes de discrimination, cohésion sociale

- **Emissions** *Reporters* sur France 24, *La sphère des tabous* sur France 24 et MCD, *L'air du temps* sur MCD, notamment.
- **Promotion de la diversité** avec *En sol majeur, 8 milliards de voisins* pour RFI, *Société* sur MCD, *Pas2Quartiers* sur France 24...

**115** sujets ou émissions présentant des personnes en situation de handicap

#### La laïcité

Comme le précise le groupe dans son bilan « *parce qu'elle est parfois incomprise hors de nos frontières dans toutes ses nuances, expliquer la laïcité fait partie des missions de France Médias Monde, seul groupe de médias international à faire ce travail en arabe ou en anglais* ».

L'offre numérique de France Médias Monde contribue également à promouvoir les valeurs démocratiques, avec les sites internet *Info Migrants*, qui décrit le quotidien des populations migrantes et dénonce les manipulations ou fausses informations ayant trait aux migrations, et ENTR, site paneuropéen et multilingue destiné aux jeunes publics.

## ENJEUX ET PERSPECTIVES

Le Contrat d'Objectifs et de Moyens (COM) de France Médias Monde comporte un indicateur (6.1) de confiance du public dans l'impartialité de l'information dispensée par France Médias Monde dont les résultats sont issus d'une enquête d'opinion réalisée annuellement par le groupe. Dans son avis au titre de l'exécution de ce COM pour l'exercice 2021, l'Arcom relevait « *une baisse de ce taux de confiance, qui demeure certes appréciable, en raison de la dégradation de l'image de France 24 au Maghreb. Un suivi régulier de la confiance du public dans les différentes régions couvertes paraît à cet égard capital, compte-tenu du nouveau contexte dans lequel évolue France Médias Monde* ».

Le maintien et la modernisation des outils de dialogue et de médiation avec le public constituent un enjeu important pour le groupe. Les antennes de France Médias Monde dialoguent fortement avec leur public : les émissions de RFI font intervenir des auditeurs et relaient leurs questions ; France 24 est très présente sur les réseaux sociaux et sur les plateformes, mesurant sans délai la réception de ses contenus et interagissant avec les internautes. Il apparaît opportun de poursuivre cet effort. Notamment, le blog du médiateur de RFI pourrait être mis à jour plus fréquemment<sup>21</sup>. Sur la plateforme de France Médias Monde, les liens vers les espaces de médiation des antennes semblent peu mis en valeur, voire inexistant<sup>22</sup>. *A fortiori*, en 2022, il n'existait pas sur France 24 et MCD d'émission de médiation avec les publics à l'instar de ce que pratiquent Radio France et France Télévisions. Si l'effort de pédagogie ne peut être l'unique réponse à l'hostilité rencontrée par les antennes du groupe auprès de certains publics, il pourrait contribuer à engager un dialogue visant à mieux mettre en évidence l'indépendance du traitement de l'information par le groupe.

<sup>21</sup> Au 7 juillet 2023, la dernière mise à jour répertoriée en ligne date de 2014

<sup>22</sup> Ce lien serait peu accessible ; une recherche Google a permis d'identifier son existence sur RFI blogs

### 3. La culture et la musique

France Médias Monde doit promouvoir la diversité culturelle et musicale sur ses antennes.

Art. 13,  
15

#### PANORAMA DE L'OFFRE CULTURELLE ET MUSICALE

Conformément à son cahier des charges, France Médias Monde doit participer au dialogue des cultures, en particulier les cultures françaises et francophones, rendre compte des différentes formes d'expression culturelle et artistique et refléter la vie culturelle française.

Pour ce faire, en 2022, France Médias Monde a :

- proposé de nombreuses émissions, chroniques et podcasts consacrés à la culture sur ses antennes et environnements numériques ;
- contribué à Culture Prime, l'offre culturelle commune de l'audiovisuel public français sur les réseaux sociaux ;
- développé une politique active d'initiatives culturelles (prix, évènements...).

#### Panorama de l'offre culturelle de France Médias Monde

##### EMISSIONS ET CHRONIQUES DEDIEES



##### Participer au dialogue des cultures, en particulier françaises et francophones :

*Vous m'en direz des nouvelles* sur RFI s'intéresse à toutes les cultures sous toutes leurs formes. Le magazine *Mode* sur France 24 est consacré à la Haute couture en France, au Maghreb et en Afrique. *Voyage culturel* sur MCD s'intéresse aux cultures française et du monde arabe.



##### Emission coproduite par France 24 et RFI : *Carrusel de las artes*

L'émission *Carrusel de las artes* est dédiée à l'actualité culturelle française et aux artistes latino-américains.

##### Rendre compte des différentes formes d'expression culturelles et artistiques :

**Cinéma** : *Tous les cinémas du monde* sur RFI ;  
**Mode et design** : *Mode* sur France 24, *100 % création* sur RFI ;  
**Musique** : *Musiques du monde*, *Couleurs tropicales* sur RFI ;  
**Gastronomie** : *Le goût du monde* sur RFI ;  
**Littérature** : *De vives voix*, *Littérature sans frontière* sur RFI, « *Lecture* » sur MCD.



##### Emission coproduite par France 24 et RFI : *Légendes urbaines*

L'émission *Légendes Urbaines* est une émission d'interviews avec des artistes issus des cultures urbaines.

##### Refléter la vie culturelle nationale :

*A l'affiche let. Le Paris des arts* sur France 24, *Journal Cultures* sur MCD rendent compte de la vie culturelle en France.

##### INITIATIVES CULTURELLES

##### Grâce à ses nombreuses initiatives culturelles, le groupe promeut les nouveaux talents :

- **Prix et concours** : Prix Découvertes RFI, Prix RFI Théâtre 2022, Prix RFI Talents du rire, Prix RFI Instrumental ; Prix Charles Lescaut ; Prix Marc-Vivien Foé ; concours ePOP, Prix des Jeunes Écritures RFI – AUF... ;
- **Evènements culturels** : Cycle de lecture de théâtre d'expression française organisé par RFI « ça va, ça va le monde » pendant le festival d'Avignon...

##### OFFRE NUMERIQUE

- Emissions et podcasts de réécoute ;
- Podcasts natifs : *Les portraits de la bande passante*, *Session Lab*, *Des contes à raconter* et *L'Afrique en contes* sur le site et l'application de RFI, *Ahklil* (« *Raconte-moi* ») sur le site et l'application de MCD.

##### La contribution à Culture Prime :

Culture'

Le groupe participe à Culture Prime, offre culturelle commune aux six organismes de l'audiovisuel public français. Disponible uniquement sur les réseaux sociaux (Facebook, Instagram, Twitter, YouTube et TikTok), Culture Prime propose de courtes vidéos adaptées aux usages du numérique sur des sujets culturels. En 2022, France 24 et RFI ont fourni 2 modules originaux chaque semaine.

Les services de radio du groupe doivent proposer une programmation et des émissions musicales présentant les divers genres musicaux et toutes les formes d'expression de la musique vivante, favorisant la création musicale et promouvant les nouveaux talents, rendant compte de l'actualité musicale et donnant une place majoritaire à la chanson d'expression francophone tout en diversifiant l'origine des œuvres étrangères diffusées.

Pour ce faire, en 2022, RFI et MCD ont diffusé de la musique sur leurs antennes et proposé des émissions et podcasts musicaux. Ces contenus sont repris sur « RFI Musique » ([musique.rfi.fr](http://musique.rfi.fr)), offre numérique de France Médias Monde entièrement dédiée à la musique. Par ailleurs, France Médias Monde comprend des « Editions musicales » (un label promouvant les nouveaux talents, « RFI Talent », et une librairie musicale, « RFI Instrumental »).

### Panorama de l'offre musicale de France Médias Monde

#### PROGRAMMATION MUSICALE



RFI propose, de manière ponctuelle, de la musique à l'issue de certaines tranches d'information. La sélection musicale de la radio met en avant la musique française et francophone ainsi que les musiques du monde.



MCD consacre deux heures quotidiennes (de 14h à 15h et de 20h à 21h) à la diffusion de musique française, internationale et orientale.

#### EMISSIONS ET CHRONIQUES MUSICALES



Chaque semaine, RFI diffuse quatre émissions consacrées à la musique française, francophone et aux musiques du monde (*Couleurs Tropicales, L'épopée des musiques noires, Musiques du monde et Légendes urbaines*).



MCD accorde une place à la musique dans sa matinale *Café chaud* ainsi que dans les émissions *Voyage culturel* et *Journal Culture*.

#### EDITIONS MUSICALES

France Médias Monde comporte un pôle des Editions musicales (RFI Talent et RFI Instrumental).



RFI Talents promeut les talents qui bénéficient du label « RFI Talent », sur les antennes de France Médias Monde, ses radios partenaires et son site RFI Musique.



RFI Instrumental est une librairie musicale disponible en ligne en français et en anglais qui propose aux professionnels du secteur audiovisuel une grande bibliothèque de musiques originales, habillages, illustrations sonores.

#### OFFRE NUMERIQUE

- Podcasts de réécoute ;
- Podcasts natifs : *Les portraits de la bande passante, Session Lab* sur le site et l'application de RFI.



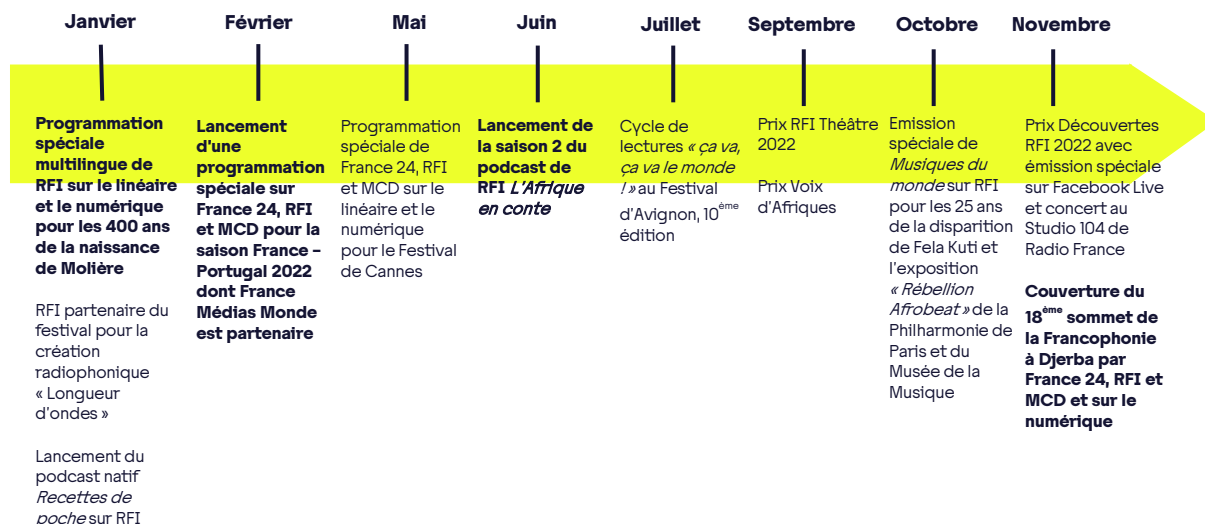
RFI Musique ([musique.rfi.fr](http://musique.rfi.fr)) est un site et une application qui regroupe les podcasts musicaux de réécoute et natifs de RFI, des biographies et discographies de plus de 400 artistes français et francophones et des webradios.

RFI Musique se déploie sur les réseaux sociaux Facebook, Twitter, Instagram et Youtube ainsi que sur la plateforme de streaming Deezer, sur laquelle sont disponibles des webradios musicales exclusives, les sélections musicales de RFI et les titres des artistes cités sur le site RFI Musique.

### FAITS MARQUANTS DE L'ANNEE 2022

Si aucune nouvelle émission culturelle ou musicale n'a été lancée en 2022, le groupe a proposé des programmations spéciales pour couvrir les grands événements culturels de l'année.





## Programmation spéciale sur RFI : Les 400 ans de la naissance de Molière

Pour célébrer les 400 ans de la naissance de Molière, RFI a déployé une offre ambitieuse dans toutes ses versions linguistiques, tant sur le linéaire que sur le numérique.

Ainsi, l'antenne de RFI en français a proposé une programmation spéciale avec des reportages, des magazines et des entretiens consacrés au dramaturge. Cette offre s'est prolongée sur les environnements numériques de RFI. En particulier, le site RFI Connaissances a proposé un dossier spécial conçu avec les rédactions en langues étrangères de RFI « *Depuis 400 ans, Molière, sans frontières ?* ». RFI Savoirs, devenu Le français facile avec RFI en novembre 2022, a également proposé un dossier dédié intitulé « *Molière, classique et contemporain* ».

Les rédactions en langues étrangères de RFI ont proposé toute l'année, sur les antennes et les environnements numériques de la radio, des magazines, reportages et entretiens pour comprendre l'œuvre de Molière.

## ENJEUX ET PERSPECTIVES

**France Médias Monde doit être capable de promouvoir auprès de ses publics les pratiques artistiques et culturelles de notre pays tout en assurant une ouverture sur les autres cultures présentes à travers le monde et en établissant un dialogue entre elles.**

En ce sens, la diversité de l'offre de programmes culturels et musicaux du groupe permettant l'expression de toutes les cultures est à pérenniser, comme son engagement en faveur des jeunes talents par ses nombreux prix.

En effet, si proposer une offre d'information est une mission essentielle du groupe, promouvoir la diversité culturelle l'est tout autant.

## 4. La promotion de la langue française et le multilinguisme

Le COM 2020-2022 de France Médias Monde (*Objectif 7 : Promouvoir la francophonie dans un monde bilingue*) affirme que « plurilinguisme et francophonie vont de pair », France Médias Monde s'adressant « à un public international composé de francophones des cinq continents mais aussi majoritairement de locuteurs de langues étrangères »<sup>23</sup>.

France Médias Monde indique dans son rapport sur l'exécution du cahier des charges en 2022 que si le français est « sa signature et le ciment du groupe », la diffusion multilingue de ses médias en 21 langues différentes « permet d'offrir à tous ses auditoires francophiles mais non francophones un regard français sur l'actualité internationale et, dans de nombreux cas, de les amener vers la langue française et la francophonie ».

### 4.1. La promotion de la langue française

Conformément à son cahier des charges, France Médias Monde doit développer l'usage et l'apprentissage de la langue française.

Art. 17

## PANORAMA DE L'OFFRE DESTINEE A PROMOUVOIR LA LANGUE FRANCAISE

Le groupe développe l'usage et l'apprentissage de la langue française à travers son offre éditoriale ainsi que de nombreux partenariats.

### L'offre éditoriale

La francophonie est au cœur de la ligne éditoriale des médias de France Médias Monde, et tout particulièrement de RFI, qui apparaît comme un média de référence pour l'apprentissage de la langue française.

La radio propose quotidiennement l'émission *De vive(s) voix* ainsi que *Le journal en français facile*, accessible ensuite sur le site du groupe dédié à l'apprentissage du français « Le français facile avec RFI ». Les antennes en langues étrangères de RFI contribuent également, selon France Médias Monde, à l'apprentissage du français à travers les ressources en français disponibles à partir des sites en langues étrangères (France Médias Monde qualifiant cette modalité d'apprentissage de « bain linguistique »).

### Panorama des émissions et podcasts dédiés à la langue française



<sup>23</sup> Etant rappelé que l'article 16 du cahier des charges de France Médias Monde relatif au multilinguisme renvoie expressément à son COM concernant les actions à mener en la matière.

Des coopérations éditoriales avec TV5 Monde, France Télévisions et l'association Les Médias Francophones Publics participent à la promotion de la francophonie.

### Les coopérations pour la promotion de la langue française

**TV5  
MONDE**

France Médias Monde met à disposition de la plateforme numérique TV5Mondeplus (lancée en septembre 2020), des contenus édités par RFI (en français), cohérents avec l'identité éditoriale de cette plateforme (laquelle regroupe uniquement des programmes patrimoniaux et non d'information).

RFI diffuse l'émission intitulée *Les têtes d'affiche de Denise Epoté*, présentée par la Directrice Afrique de TV5 Monde (et également Directrice marketing, distribution et commercialisation de TV5 Monde) et orientée sur les nouvelles technologies et les sciences en Afrique.

**france•tv**

France Médias Monde fournit des contenus à la plateforme éducative du service public « Lumni », dans les registres suivants : connaissance, apprentissage du français et des langues étrangères, lutte contre les infox et éducation aux médias.

**TV5  
MONDE**

**france•tv**

France Médias Monde participe également, aux côtés de France Télévisions et TV5Monde, à des initiatives en faveur de la langue française dans le cadre de la Fondation Engagement Médias pour les Jeunes, qui a pour mission « *d'œuvrer pour l'inclusion des jeunes en situation de fragilité* », en soutenant des « *projets et actions d'intérêt général qui utilisent l'audiovisuel, le numérique, les médias et la culture* ».

France Médias Monde, membre des « Médias Francophones Publics » (MFP), association regroupant une douzaine de groupes de médias audiovisuels publics des pays francophones du Nord (Belgique, Canada, France, Suisse), prend une part active aux coopérations menées dans ce cadre (émissions et podcasts coproduits et/ou co-diffusés)<sup>24</sup>.

### Les partenariats institutionnels

France Médias Monde est un partenaire actif des institutions de la Francophonie.

Le groupe a participé au Sommet de la Francophonie à Djerba les 19 et 20 novembre 2022. Il a couvert l'évènement par des reportages et des entretiens avec les personnalités présentes et a dressé un état des lieux de la francophonie dans le monde sur l'ensemble de ses antennes.

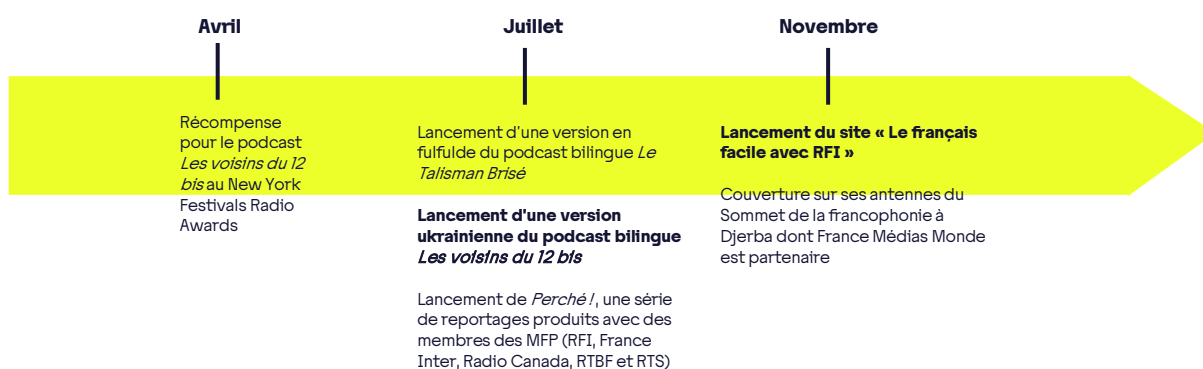
En 2022, France Médias Monde a par ailleurs continué à travailler avec les institutions compétentes et référentes dans le domaine de la francophonie et de l'apprentissage du français :

- le ministère de la culture / délégation générale de la langue française et des langues de France (contribution au rapport au Parlement sur la langue française) ;
- France Education International (et en particulier le BELC, le Bureau pour l'enseignement de la langue et de la civilisation françaises à l'étranger) ;
- l'Agence pour l'enseignement français à l'étranger (AEFE).

<sup>24</sup> Cf. Infra – Coopérations avec les organismes de radiodiffusion étrangers.

Enfin, France Médias Monde œuvre également à la francophonie par les prix organisés en faveur de la découverte de jeunes talents dans divers domaines (musique, théâtre, littérature, innovation dans les médias...).

## FAITS MARQUANTS DE L'ANNEE 2022



### Un nouveau site pour l'apprentissage du français

Depuis novembre 2022, RFI propose un nouveau site internet dédié à l'apprentissage du français par l'écoute de la radio *Le français facile avec RFI*. Cette nouvelle offre constitue une version enrichie - en termes de contenus - et repensée - en termes de navigation - des ressources dédiées à l'apprentissage du français langue étrangère (FLE), disponibles auparavant sur le site *RFI Savoirs*.

Elément principal du site, le programme intitulé *Le journal en français facile* est un quotidien d'information de 10 minutes sur l'actualité internationale « avec des mots simples et soigneusement choisis » de la langue française. L'apprenant peut l'écouter à son rythme en podcast en lisant simultanément sa transcription.

Le site propose également les fictions radiophoniques bilingues originales de RFI pour apprendre le français à partir d'une autre langue (*Parlez-vous Paris ?*, *Le Talisman brisé*, *Les voisins du 12 bis*<sup>25</sup> ...). Six langues étrangères font à ce jour l'objet de ces versions bilingues (anglais, chinois, espagnol, portugais du Brésil, russe et, depuis 2022, l'ukrainien).

Le site propose par ailleurs des exercices d'entraînement pour les épreuves de langue française de divers examens.

<sup>25</sup> Série de podcasts destiné aux « primo-arrivants », pour apprendre le français (disponible notamment, depuis 2022, en russe et en ukrainien).

## 4.2. Le multilinguisme

Art. 17

### PANORAMA DE L'OFFRE MULTILINGUE DE FRANCE MEDIAS MONDE

France Médias Monde propose une offre en 21 langues (français, anglais, brésilien, khmer, créole haïtien, chinois, espagnol, fulfulde, haoussa, kiswahili, mandenkan, persan, portugais, roumain, russe, vietnamien, ukrainien, arabe, dari, bengali, pachtoune).

#### L'offre multilingue de France Médias Monde

**21** langues de diffusion



**France 24** diffuse en 4 langues : français, anglais, arabe et espagnol.



**RFI** diffuse en 17 langues : français, anglais, brésilien, chinois, créole haïtien, espagnol, fulfulde, haoussa, khmer, kiswahili, mandenkan, persan, portugais, roumain, russe, vietnamien et ukrainien.



**MCD** diffuse en arabe.



**Entr** est proposée en 6 langues : français, allemand, anglais, polonais, portugais et roumain.



**InfoMigrants** est disponible en 6 langues : français, anglais, arabe, bengali, dari et pachtoune.

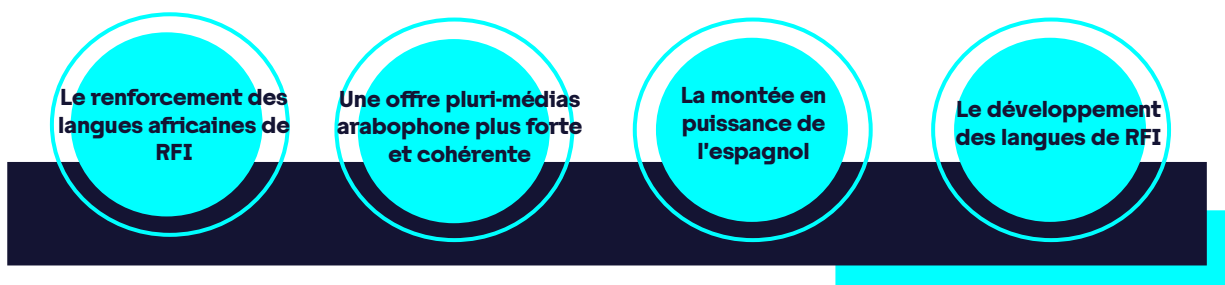
Il convient d'indiquer que France Médias Monde poursuit également sa collaboration avec Deutsche Welle (aux côtés de BBC World Service et de USAGM<sup>26</sup>), engagée en 2019, pour la **chaîne YouTube de langue turque +90**<sup>27</sup>. La contribution de France Médias Monde consiste en la mise à disposition des programmes de France 24 concernant la Turquie, sous-titrés et/ou doublés en turc par Deutsche Welle. Selon le groupe allemand, les programmes proposés par +90 traitent « *de sujets de société, de politique (...) pour se faire l'écho de la société turque dans toute la diversité de ses opinions (...) et ouvrir la société turque à son voisin européen* ».

<sup>26</sup> United State Agency for Global Media

<sup>27</sup> 90 est le préfixe qu'il faut composer pour passer un appel vers la Turquie.

Conformément à son cahier des charges, France Médias Monde développe sa stratégie multilingue selon les quatre axes qui lui sont assignés par son COM (cf. supra).

### Les quatre axes de la stratégie multilingue de France Médias Monde



S'agissant du « **renforcement des langues africaines de RFI** », le projet Afri'Kibaaru (lancé en janvier 2021, financé par l'Agence française de développement et bénéficiant du concours de CFI), s'est enrichi d'un nouveau rendez-vous mensuel en mandenkan et fulfulde. Il s'agit d'*Appels sur l'actualité*, tous les derniers vendredis du mois, réservé aux auditrices. Selon une étude d'audience menée en 2022 par Kantar dans 19 villes ou localités du Grand Sahel, les offres mandingophones et fulaphones, qui représentent 2 heures de programmation quotidienne (rédaction conjointe à Dakar), sont suivies par les jeunes et les femmes. Par ailleurs, le projet Afri'Kibaaru a continué son soutien à la rédaction de RFI en haoussa (2h30 de programmes par jour) - installée à Lagos (Nigeria) et qui a fêté ses 15 ans d'existence en 2022, au travers de l'émission quotidienne *Rayuwata*, dédiée au genre et à l'égalité entre les femmes et les hommes. Enfin, la rédaction de RFI en kiswahili, installée à Nairobi (Kenya), a poursuivi la diffusion de son offre (2 heures par jour), « *particulièrement prisée* », selon France Médias Monde, dans le Kivu (région Est de la République Démocratique du Congo).

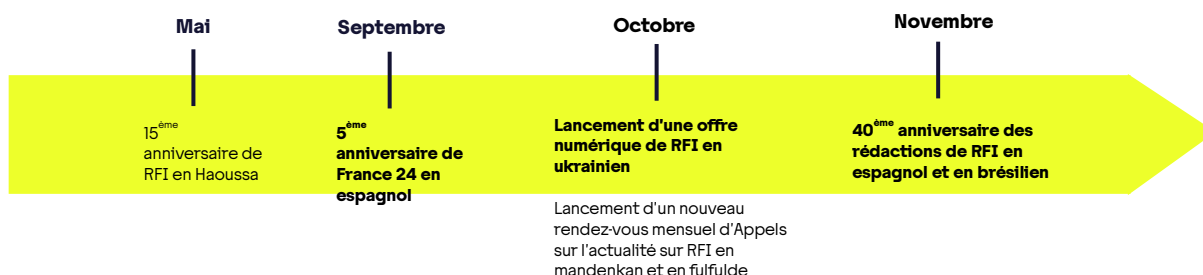
Concernant l'objectif du COM de **constituer une offre arabophone renforcée par le rapprochement des rédactions de MCD et France 24 en arabe**, les synergies et coopérations déjà à l'œuvre (émissions communes, promotion croisée, interventions des journalistes sur les deux antennes...) ont été poursuivies en 2022.

Troisième axe de la stratégie multilingue, **la diffusion de France 24 en espagnol** (lancée en septembre 2017), a vu son audience poursuivre sa progression, avec 3,1 millions de téléspectateurs (mesurés en Argentine, Colombie et au Mexique), soit une hausse de + 14 % en un an grâce notamment, selon France Médias Monde, au passage à une diffusion 24h/24 depuis septembre 2021. Des résultats en forte progression sont enregistrés également sur le numérique, avec le doublement du nombre de vidéos vues sur les réseaux sociaux (avec 24,3 millions de lançements sur YouTube, Facebook, Instagram et Twitter). A noter le lancement, en 2022, de trois nouvelles émissions (*Asi es Asia*, *Una semana en el mundo*, *Expresso de Oriente*).

Enfin, France Médias Monde a poursuivi **le développement des langues de RFI**, notamment avec le lancement d'une offre numérique dans une nouvelle langue, l'ukrainien. Si les performances numériques des antennes en langues étrangères de RFI sont en

croissance (près de 13 millions de visites mensuelles, soit + 17 % par rapport à 2021<sup>28</sup>), leurs performances linéaires connaissent un certain recul<sup>29</sup>.

## FAITS MARQUANTS DE L'ANNEE 2022



### Le lancement d'une offre en ukrainien

Au titre du développement des langues de **RFI** en numérique et dans le contexte de la guerre en Ukraine, France Médias Monde a lancé, fin octobre 2022, une offre numérique **en ukrainien**, financée directement par le ministère de l'Europe et des Affaires étrangères<sup>30</sup>.

Selon France Médias Monde, le site de RFI en ukrainien peut être crédité de 536 000 visiteurs uniques entre janvier et mars 2023. Le projet comporte aussi un volet, sous la responsabilité de CFI, d'accueil des journalistes en exil (« *Yak Vdoma*<sup>31</sup> »). Enfin, France Médias Monde estime que ce projet est de nature à renforcer la rédaction russophone de RFI (basée à Paris), par des échanges réguliers entre les journalistes des deux rédactions.

## ENJEUX ET PERSPECTIVES

**L'enjeu de proximité avec les publics établi par France Médias Monde interroge le développement de nouvelles langues. France Médias Monde et ses tutelles doivent l'apprécier au regard des contraintes budgétaires.**

En effet, dans le projet stratégique qu'elle a présenté à l'Arcom en janvier 2023 en vue de son troisième mandat à la présidence de France Médias Monde, la présidente de France Médias Monde a évoqué, pour l'avenir, l'idée d'une nouvelle offre de RFI en lingala, « *parlé dans le plus peuplé des pays d'Afrique francophone : la RDC* », ainsi que d'une autre en turc.

Elle a également mentionné l'idée d'élargir l'offre Entr à de nouvelles langues, d'Europe du Sud (espagnol, italien) et de l'Est (hongrois notamment), ainsi que celle d'étudier l'opportunité d'en proposer une « déclinaison » africaine (disponible notamment dans les langues africaines de RFI).

<sup>28</sup> Données transmises par RFI dans son rapport d'exécution du COM pour l'exercice 2022

<sup>29</sup> Cf. Infra.

<sup>30</sup> Cf. Supra

<sup>31</sup> *Comme à la maison*, en ukrainien. Cf. infra « Coopérations avec Canal France International ».

## II. DISTRIBUTION ET AUDIENCES

### A. La présence mondiale

Conformément à son cahier des charges, France Médias Monde a poursuivi le développement de sa présence internationale tant en diffusion linéaire que numérique.

Art.  
7 et 3

#### 1. La distribution traditionnelle

France Médias Monde a continué d'œuvrer, en 2022, au développement de sa présence internationale, et ce dans un contexte budgétaire contraint<sup>32</sup> nécessitant des économies ciblées sur les coûts de diffusion et de distribution, mais également dans un contexte de suspensions de la diffusion de RFI et France 24 dans plusieurs pays, en broadcast et/ou par Internet. Le groupe a su développer des modes de distribution diversifiés afin de continuer à garantir l'accès à ses services<sup>33</sup>, qui associent le recours aux ondes courtes<sup>34</sup>, à la diffusion satellitaire directe, aux réseaux sociaux, aux VPN, ainsi qu'aux sites miroirs<sup>35</sup>.

#### PANORAMA DE LA STRATEGIE DE DISTRIBUTION ET DE DIFFUSION DE FRANCE MEDIAS MONDE

Comme l'y invite son COM 2020-2022 (auquel l'article 7 du cahier des charges renvoie expressément), France Médias Monde a opéré cette expansion en veillant à « *organiser la complémentarité entre la distribution « classique » qui demeure extrêmement puissante, et la distribution numérique qui propose des alternatives dans certaines zones ciblées* ».

Comme l'explique France Médias Monde, la mise en œuvre de cette stratégie prend en compte des considérations :

- juridiques et politiques (cadre légal de diffusion – ex. : diffusion interdite en Chine ou, en FM, au Maghreb) ;
- économiques (rapport coût d'entrée sur un marché ou sur un territoire / opportunité / enjeux) ;
- technologiques (choix des vecteurs de diffusion selon, notamment, que l'accès à internet est développé ou non - comme c'est le cas dans certaines zones africaines où l'onde courte est dès lors une modalité pertinente)<sup>36</sup>.

<sup>32</sup> Trajectoire d'économies imposées aux sociétés nationales de programme sur la période 2018-2022

<sup>33</sup> Cf. Infra.

<sup>34</sup> France Médias Monde dispose de deux émetteurs en ondes courtes, l'un en France, à Issoudun, le second à Madagascar.

<sup>35</sup> Pour ces sites miroirs, France Médias Monde bénéficie d'un partenariat avec *Reporters sans frontières* (RSF), qui a lancé en 2015 l'opération *CollateralFreedom*, destinée à contourner la censure de l'Internet grâce à un dispositif fondé sur la technique du *miroir*, consistant à dupliquer les sites censurés et à en héberger des copies sur des serveurs internationaux appartenant aux grands opérateurs mondiaux du web. Si un pays tente de censurer ces sites, il doit aussi couper l'accès à l'ensemble des sites et services hébergés par ce serveur géant, ce qui provoquerait un important dommage collatéral pour son économie. A ce jour, cette action a porté sur 24 pays et a bénéficié à 80 sites internet censurés.

<sup>36</sup> Cf. Infra.



## La distribution de France 24

Fin 2022, la couverture de France 24<sup>37</sup> s'établissait à **521,7 millions de foyers, en hausse de 8,3 %** par rapport à l'année précédente malgré la perte de 27 millions de foyers en Russie et 890 000 au Mali.



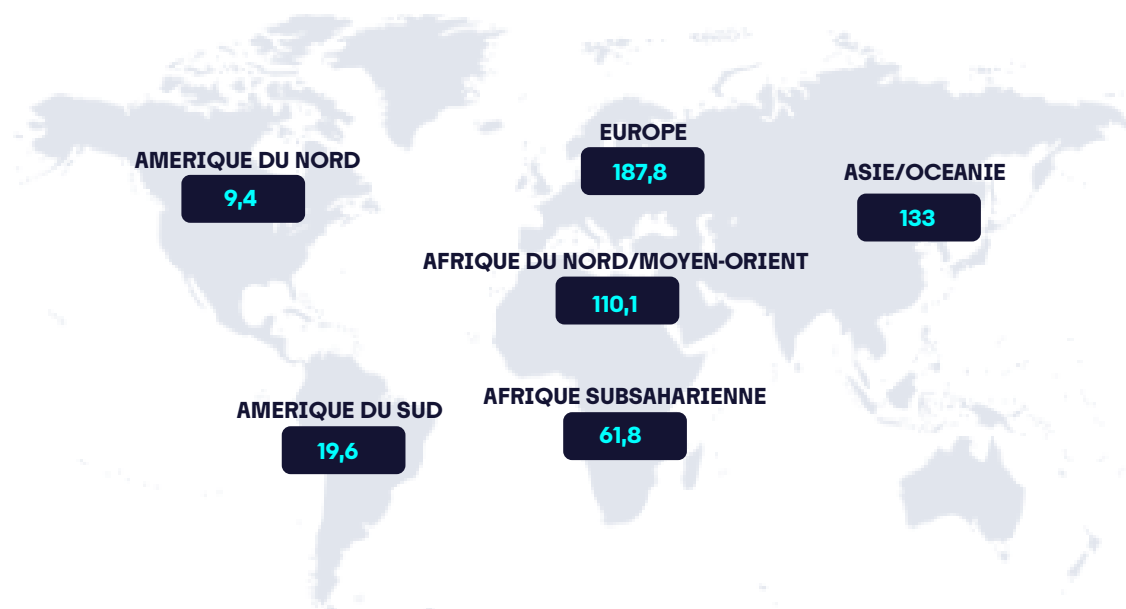
Source : Données transmises par France Médias Monde

Parallèlement, la diffusion partielle<sup>38</sup> de France 24 a été portée à 121,7 millions de foyers (16,4 millions de foyers supplémentaires en un an). S'agissant de la distribution dans les chambres d'hôtels, elle est également en progression (+ 7,5 %), avec, à fin 2022, une présence dans 3,85 millions de chambres, réparties entre 21 000 hôtels, nombre également en hausse (+ 1512) malgré la perte de 189 hôtels en Russie avec la suspension de diffusion de la chaîne début mars.

Selon les régions du monde, les résultats les plus notables obtenus à fin 2022 ont été les suivants :



### Nombre de foyers couverts 24h/24 et 7j/7 par France 24 fin 2022 (en millions)



Source : Données transmises par France Médias Monde

<sup>37</sup> Diffusion totale 24h/24 7j/7

<sup>38</sup> Foyers ne recevant pas la chaîne France 24 24h/24 et 7j/7

En **Europe**<sup>39</sup> : France 24 est diffusée dans **187,8 millions de foyers** dans cette zone, qui reste le premier marché de la chaîne en volume avec des fortes croissances enregistrées en Allemagne (+ 4,3 millions de foyers) et en Italie (+ 4,2 millions de foyers, avec l'extension de la couverture TNT). Toutefois, ces performances ne compensent qu'à moitié la perte de 27 millions de foyers en Russie suite à la suspension de la chaîne.

En **Afrique du Nord et au Moyen-Orient** : **110,1 millions de foyers** couverts, résultat en progression de 11,9 % par rapport à 2021.

En **Afrique subsaharienne** : **61,8 millions de foyers** (+ 13,1 %) :

- Afrique francophone : 1,9 million de foyers supplémentaires (+ 12,4 %), résultat tenant compte de la perte de 890 000 foyers TV au Mali ;
- Afrique non francophone : croissance de 11,2 millions de foyers, avec des progressions importantes en Ethiopie (+ 4,1 millions de foyers) et au Kenya (+ 4,1 millions de foyers).

France Médias Monde précise que le satellite demeure le premier mode de réception de France 24 dans cette région avec 43,5 millions de foyers (soit 70 % des foyers couverts), suivi de la TNT (13,6 millions de foyers, soit 21,9 % des foyers couverts).

Dans la région **Asie-Pacifique**, France 24 renforce substantiellement sa présence : en croissance de 23,6 %, la distribution est portée à **133 millions de foyers** couverts, les plus fortes croissances étant l'Inde (+ 17,6 millions de foyers, soit un total à fin 2022 de 82 millions de foyers), le Vietnam (+ 4,7 millions de foyers) et la Malaisie (+ 1,8 million).

Concernant l'**Amérique du Nord**, France Médias Monde fait état d'une couverture de **9,4 millions de foyers**, soit une légère baisse de 3 % par rapport à 2021.

En **Amérique latine et dans les Caraïbes**, France 24, toutes langues confondues, est distribuée auprès de **19,6 millions de foyers** (soit + 16 % vs. 2021). Dans sa version en espagnol, la chaîne est reçue dans 18,6 millions de foyers (sur 37 millions de foyers au total dans le monde), soit une progression de 27,3 % par rapport à 2021 (+ 4 millions de foyers), portée en particulier par la Colombie (+ 2 millions de foyers), la Bolivie (+ 540 000), le Pérou (+ 405 000) et l'Argentine (+ 324 000).

---

<sup>39</sup> Dans une acception géographique large incluant la Russie et la Turquie notamment.

## La distribution de RFI

RFI a subi en 2022 les mesures autoritaires de censure prises à l'encontre des médias de France Médias Monde au Mali (en mars) et au Burkina Faso (en décembre), rendant inactifs 11 (6 au Mali et 5 au Burkina Faso) de ses 151 émetteurs FM (115 en Afrique) et, par ailleurs, faisant cesser la reprise de ses programmes par les radios partenaires dans ces deux pays<sup>40</sup>.

 **140** Emetteurs FM actifs pour RFI dans 52 pays du Monde fin 2022\*

 **52** Pays couverts par RFI en FM fin 2022

 **1 872** Radios partenaires de RFI fin 2022

\* 140 émetteurs actifs fin 2022 après mise à l'arrêt de 6 émetteurs au Mali et 5 au Burkina Faso en 2022

Source : Données transmises par France Médias Monde

En **Europe**, RFI compte toujours 17 fréquences FM. Malgré les incertitudes concernant celle de Berlin<sup>41</sup>, le régulateur local (le Medienanstalt Berlin-Brandenburg) a, au terme d'une procédure initiée en juin 2022, renouvelé l'attribution de la licence de diffusion de RFI sur la bande FM pour une durée de 7 ans.

En **Amérique latine**, RFI a maintenu son réseau de 11 émetteurs FM (dont 6 à Haïti, où les licences ont été renouvelées) et a conclu des accords avec de nouvelles radios partenaires, portant leur nombre total dans la zone à 889 (+ 2,4 %). Dans cette région, la radio est par ailleurs disponible au sein des offres radios de plusieurs opérateurs de télévision ainsi que par sa reprise en numérique par des accords de syndication conclus avec d'autres médias (notamment en Bolivie, au Brésil et en Equateur).

En **Asie**, RFI compte toujours 7 émetteurs (dont 6 au Cambodge et 1 au Laos)<sup>42</sup>.

Enfin, en **Amérique du Nord**, RFI demeure accessible *via* 121 radios partenaires (85 aux Etats-Unis, 36 au Canada).

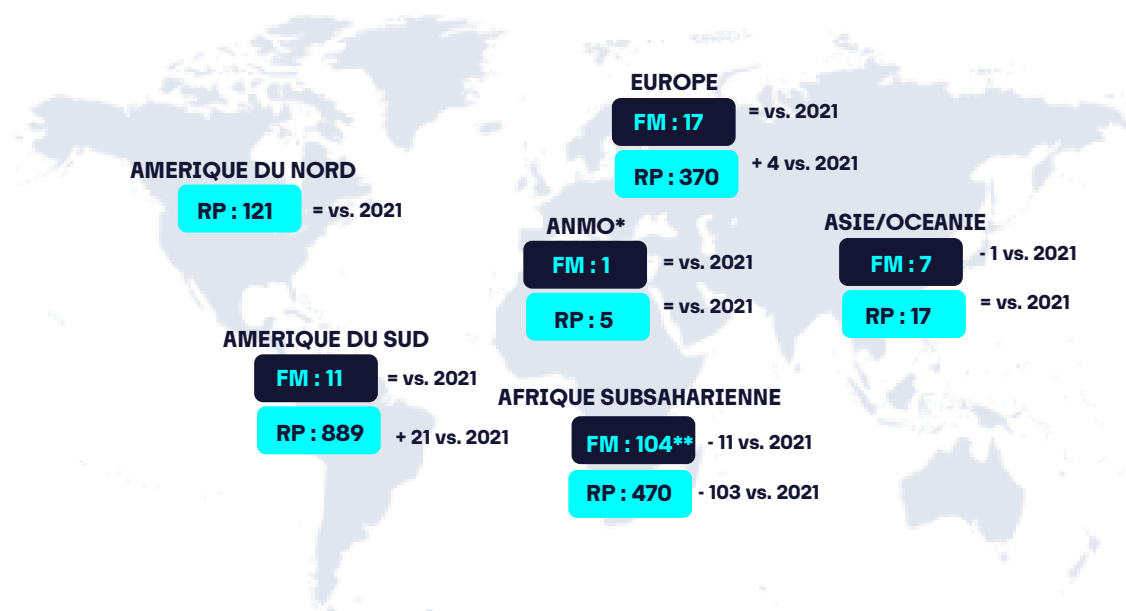
<sup>40</sup> Le nombre total de radios partenaires de RFI passant de 1 950, fin 2021, à 1 872, fin 2022 (- 4 %), l'effet des suspensions au Mali (90 radios partenaires) et au Burkina Faso (49 radios partenaires) n'étant que partiellement compensé par la signature de nouveaux partenariats dans d'autres pays. En Afrique, le nombre de radios partenaires était à 2022 de 470, contre 573 en 2021. A noter la progression des reprises en langues africaines, notamment en fulfulde (33 radios partenaires supplémentaires, dont près de la moitié au Sénégal) ou en haoussa.

<sup>41</sup> En raison de la suppression de la contribution à l'audiovisuel public (CAP), intervenue à l'été 2022, qui pouvait être de nature à remettre en cause le respect de la règle de l'« éloignement de l'Etat » (Staatsferne)

<sup>42</sup> Etant rappelé que celui de Kaboul avait cessé d'émettre en août 2021, peu de temps après l'arrivée au pouvoir des Talibans.



**Nombre de fréquences FM et de radios partenaires (RP) de RFI dans le monde fin 2022**



\* Afrique du Nord/Moyen-Orient

\*\* 6 émetteurs à l'arrêt au Mali, 5 au Burkina Faso, soit 104 émetteurs actifs en Afrique fin 2022

Source : Données transmises par France Médias Monde

**La distribution de MCD**

Le dispositif de diffusion de MCD a été maintenu en 2022, à savoir :

- 28 relais FM dans 13 pays<sup>43</sup> ;
- Une diffusion satellitaire (par 3 satellites) pour la réception directe dans la région Afrique du Nord – Moyen Orient ;
- 12 radios partenaires.



**28**

**Emetteurs FM au Maghreb et dans la péninsule arabique pour MCD fin 2022**



**13**

**Pays couverts en FM par MCD fin 2022**



**12**

**Radios partenaires de MCD fin 2022**

Source : Données transmises par France Médias Monde

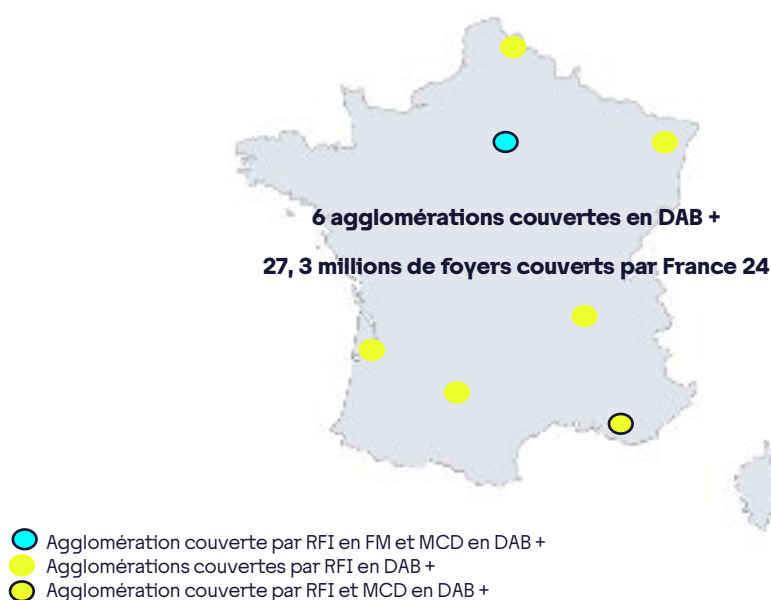
<sup>43</sup> La diffusion au Soudan à partir de l'émetteur de Karthoum a été suspendue en avril 2023, à la suite des violents affrontements survenus dans la capitale soudanaise, alors qu'un premier décrochage local de MCD, sur cette fréquence, avait été mis en place en 2022 (émission *L'Heure soudanaise*, cf. Infra.)

**ZOOM**

**La présence des médias de France Médias Monde en France**

Il n'y a pas eu en 2022 de développement notable concernant la présence des médias de France Médias Monde en France. Pour rappel, celle-ci est prévue par le cahier des charges (article 7) ; par ailleurs, le COM 2020-2022 fixe toujours l'objectif de *renforcer la présence ciblée* [des médias de France Médias Monde en France] *notamment à travers la présence de RFI et de MCD<sup>44</sup> en radio numérique terrestre dans les grandes agglomérations françaises lorsque des opportunités se présentent* ».

**Couverture de RFI, MCD et France 24 en France fin 2022**



**Source :** Données transmises par France Médias Monde

Depuis 2018 et à ce jour, cette « présence ciblée » s'est progressivement déployée dans **6 grandes agglomérations** :

- pour RFI, à Lille, Lyon et Strasbourg en 2018, à Bordeaux, Marseille et Toulouse en 2020 ;
- pour MCD, en Ile-de-France et à Marseille, en 2021.

L'audience de cette diffusion de RFI et MCD en France, en DAB+, a été pour la première fois mesurée en 2022 (cf. Infra).

Concernant France 24, France Médias Monde fait état d'une distribution dans **27,3 millions de foyers** (soit 99 % des foyers TV français), en français (98 % des foyers TV), en anglais (75 % des foyers TV), en arabe (82 % des foyers TV) et, depuis octobre 2022<sup>45</sup>, en espagnol (27,6 % des foyers TV).

<sup>44</sup> Cf. Supra.

<sup>45</sup> Distribution depuis octobre 2022 au sein du bouquet Orange TV.

## 2. La distribution numérique

Conformément au cahier des charges, les services de France Médias Monde doivent être mis à disposition du public en ligne ou par le biais de services de communications électroniques. La société doit également veiller à exploiter les possibilités offertes par la technologie numérique en matière de format, de qualité d'image et de son, et de distribution.

### PANORAMA DE LA STRATEGIE DE DISTRIBUTION NUMERIQUE DE FRANCE MEDIAS MONDE

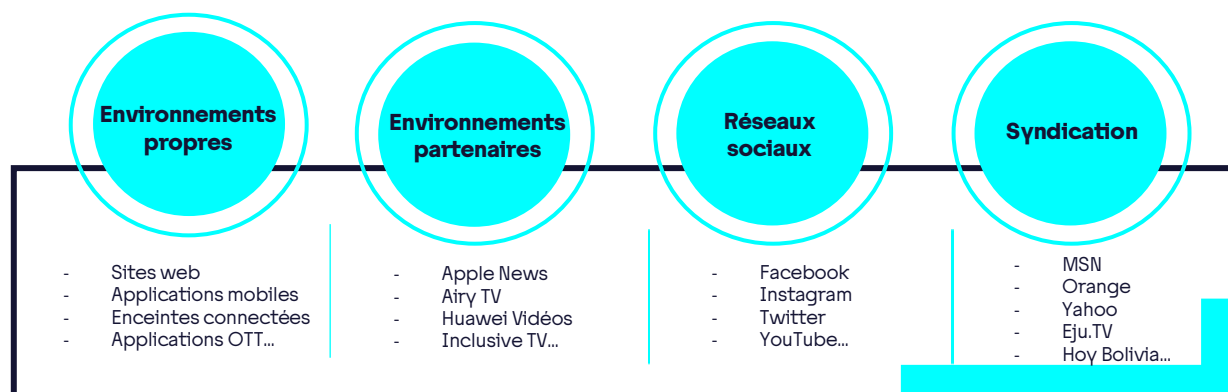
La distribution numérique des services et contenus de France Médias Monde est pensée selon une stratégie « *d'hyperdistribution raisonnée* »<sup>46</sup>, complémentaire à la distribution linéaire traditionnelle.

#### Une stratégie « *d'hyperdistribution raisonnée* »

En vertu de cette stratégie, France Médias Monde distribue largement ses contenus sur de nombreux environnements tiers (plateformes, réseaux sociaux, syndication) tout en continuant à développer et renforcer ses environnements numériques propriétaires (sites propriétaires et applications). L'objectif du groupe est de toucher une plus grande audience, en particulier les jeunes générations, tout en limitant sa dépendance à l'égard des GAFAM<sup>47</sup>.

Par ailleurs, les médias de France Médias Monde participent aux offres numériques communes de l'audiovisuel public « Lumni », « franceinfo: » et « Culture Prime » qui reprennent certains de leurs contenus. La société collabore également avec Radio France et TV5 Monde pour la distribution des podcasts de RFI sur leurs plateformes respectives<sup>48</sup>.

#### LES ENVIRONNEMENTS NUMERIQUES DE FRANCE MEDIAS MONDE



<sup>46</sup> Selon la formulation du groupe France Médias Monde

<sup>47</sup> Google, Apple, Facebook, Amazon, Microsoft

<sup>48</sup> Cf. Infra.

En 2022, France Médias Monde déclare avoir conclu de nouveaux partenariats avec des plateformes tierces. Des collaborations ont notamment été engagées avec Apple News, Anghami, Pzaz (Pzaz.tv), Swen, OOVVUU et le média colombien Pulzo. S'agissant de ses environnements propriétaires, France Médias Monde renforce leur attractivité en augmentant son volume de production numérique (nouveaux podcasts natifs...), en améliorant les parcours utilisateurs (travail mené pour « Le français facile avec RFI » en 2022 et actuellement pour RFI Pure radio), en cherchant à améliorer leur référencement et en investissant en marketing.

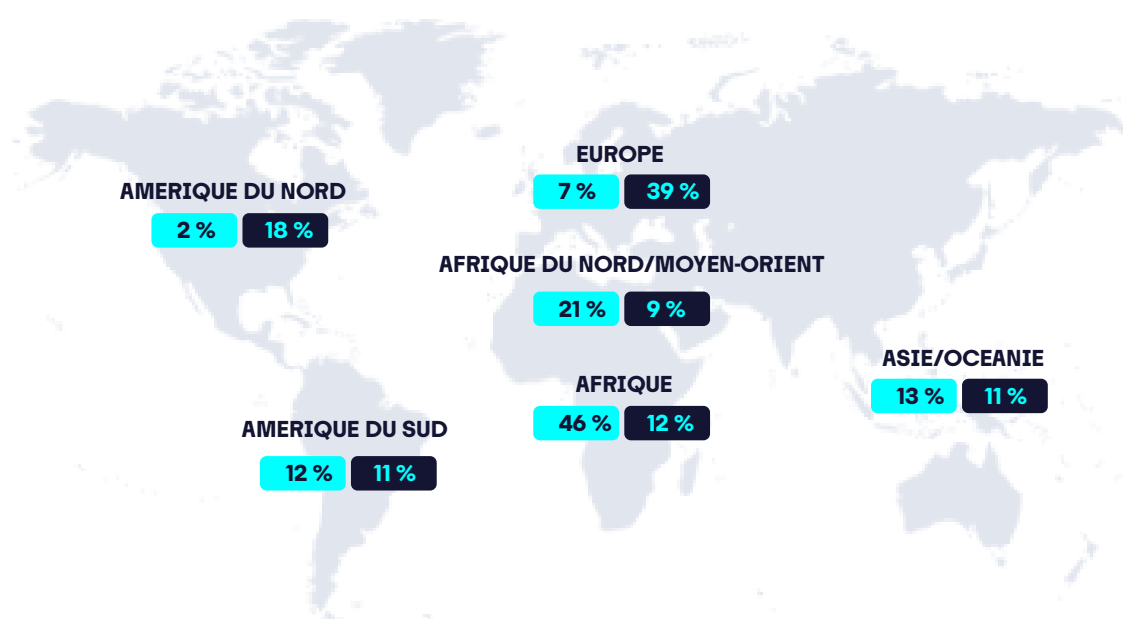
### Une stratégie de complémentarité avec le linéaire

Cette stratégie numérique de France Médias Monde est pensée en complémentarité avec la distribution linéaire de ses médias.

Afin d'effectuer ses choix de distribution, France Médias Monde prend en compte un certain nombre de critères (critères géopolitiques, démographiques et linguistiques, d'équipements...). En particulier, elle tient compte des usages internationaux et des obstacles à la distribution numérique de ses services. En effet, il existe de fortes disparités à l'international dans l'accès à internet. Si l'Amérique du Nord et l'Europe sont des continents très connectés, ce n'est pas le cas de l'Afrique où le difficile accès à l'électricité et le coût des données limitent la connexion des populations à internet et leur consommation de contenus en ligne. France Médias Monde adapte donc, selon les régions du monde, sa stratégie de distribution entre « *broadcast* » et numérique.

France  
médias  
monde

### Géolocalisation des publics de France Médias Monde en 2022 en fonction du mode de distribution (radio/TV et numérique)



Géolocalisation des auditeurs et téléspectateurs hebdomadaires de France Médias Monde

Géolocalisation des visiteurs uniques sur les environnements propres de France Médias Monde

Source : Données transmises par France Médias Monde

Pour mener à bien cette stratégie « *d'hyperdistribution* » et de panachage des moyens de distribution, France Médias Monde développe sa production numérique, notamment grâce à une stratégie de décloisonnement entre le linéaire et le numérique au sein de ses rédactions. Les journalistes spécifiquement dédiés au numérique mais également l'ensemble des rédactions, de plus en plus polyvalentes, produisent des contenus dans tous les formats numériques (contenus des antennes linéaires sur le numérique, vidéo-mobile, podcasts natifs...).

France Médias Monde s'appuie également sur des innovations technologiques pour enrichir ses offres numériques (outil de transcription, de traduction et de sous-titrages automatiques mis à disposition par France Télévisions, outil de production et de fabrication de contenus généralisé aux trois médias « Open Media » ...). Elle s'appuie également sur son pôle Data pour comprendre la consommation de ses publics sur les canaux de distribution numériques.

Cette stratégie de complémentarité entre les modes de distribution s'est révélée particulièrement efficace face à la censure qu'ont subi les médias de France Médias Monde dans plusieurs pays en 2022.

|             |   |
|-------------|---|
| <b>ZOOM</b> | <b>Les stratégies de distribution face à la censure</b> |
|-------------|---|

L'année 2022 a été marquée par la suspension de France 24 et RFI au Mali, en Russie et au Burkina Faso. France Médias Monde a su exploiter la variété des modes de distribution pour rester accessible auprès des publics.

**Les modes de distribution de RFI et France 24**

| BROADCAST                     | NUMERIQUE  |
|-------------------------------|--|
| Satellite (réception directe) | Sites propres  |
| Câble et bouquets satellites  | Sites miroirs  |
| FM                            | VPN  |
| Ondes courtes                 | Réseaux sociaux<br>YouTube, Facebook, Instagram, Twitter, Telegram |
| Radios partenaires            |  |

Source : Données transmises par France Médias Monde

Ainsi, si la Russie a suspendu la diffusion de France 24 sur les offres câblées et satellitaires en mars 2022, la chaîne d'information internationale reste accessible par le satellite (en réception directe), *via* ses sites propres, des sites miroirs, en VPN et sur YouTube. RFI, dont l'accès depuis la Russie aux sites propres a été bloqué depuis avril 2022, est quant à elle accessible grâce à des sites miroirs, le VPN, YouTube ainsi que Telegram.

Au Mali, la Haute Autorité de la Communication a suspendu RFI et France 24 le 17 mars 2022, entraînant la coupure de leur distribution sur les offres câblées et satellitaires, les FM, les radios partenaires et *via* leurs sites internet propriétaires. Pour autant, les deux médias restent accessibles par le satellite (en réception directe), des sites miroirs, en VPN,



sur les réseaux sociaux YouTube, Facebook, Instagram et Twitter et, pour RFI, en ondes courtes.

Enfin, au Burkina Faso, après la suspension de France 24 et de RFI sur les offres câblées et satellitaires, la FM et les radios partenaires, les deux services demeurent accessibles par le satellite (en réception directe), sur leurs sites propres, sur les réseaux sociaux YouTube, Facebook, Instagram et Twitter et, pour RFI, en ondes courtes.

## ENJEUX ET PERSPECTIVES

**Afin de tenir compte de l'évolution rapide des modes de consommation des médias et de la forte concurrence à l'échelle internationale, France Médias Monde doit poursuivre sa stratégie de distribution sur l'ensemble des supports et engager une nouvelle phase de son développement numérique.**

Les performances de France Médias Monde sur le numérique confirment la pertinence de la stratégie d'« hyperdistribution » menée par le groupe depuis plusieurs années. Toutefois, afin de préserver l'intégrité et le contrôle de ses contenus, France Médias Monde doit continuer à renforcer très nettement le référencement de ses environnements numériques propriétaires.

En outre, les parcours utilisateurs pourraient encore être améliorés. L'Autorité relève les travaux engagés en la matière pour l'application Pure radio de RFI en 2023 et invite le groupe à élargir la réflexion à l'ensemble des sites et applications de France 24, RFI et MCD. La production numérique, en particulier l'offre de podcasts natifs, pourrait également être enrichie.

Le déploiement des environnements numériques du groupe doit être pensé à l'aune des enjeux de référencement, de visibilité et de découvrabilité des services et contenus qui favorisent les offres globales et les marques fortes. Aujourd'hui, l'offre numérique de France Médias Monde est éparse : France 24, RFI et MCD disposent chacun de leur site propre qui renvoie, par un lien peu visible, vers les autres sites du groupe ; le site de France 24 n'est pas à jour en renvoyant aux offres « RFI Savoirs » et « Apprendre le français » qui ont pourtant disparu au profit de la marque « Le français facile avec RFI ». Elle est parfois peu lisible : « Les Observateurs » et « Le français facile avec RFI » sont des sites propres distincts de ceux de France 24 et RFI alors que l'offre RFI Connaissances est hébergée directement sur le site de RFI.

**Les enjeux de visibilité et de découvrabilité rendent également indispensables des collaborations plus importantes entre France Télévisions, Radio France et France Médias Monde. En ce sens, l'Arcom sera attentive aux résultats de la réflexion engagée en 2023 par ces sociétés sur l'interopérabilité de leurs offres numériques, qui pourrait nourrir le prochain contrat d'objectifs et de moyens des sociétés.**

Une réflexion pourrait également être engagée sur ces enjeux de visibilité et de découvrabilité par France Médias Monde avec ses partenaires européens dans le cadre du DG8.

## B. Les audiences

Art. 18

Conformément à son cahier des charges, France Médias Monde procède régulièrement aux études permettant de mesurer la réception et l'audience des services précédemment énumérés dans les zones desservies.

A la suite des critiques formulées par l'autorité au sujet des études et mesures d'audiences, France Médias Monde indique, dans son rapport d'exécution du COM pour l'exercice 2022, que : « Depuis 2020, conformément à la recommandation de la Cour des Comptes et aux pratiques de certains concurrents (à l'instar de Deutsche Welle), France Médias Monde a fait évoluer sa méthodologie en matière de quantification globale, en y intégrant la mesure d'une partie des radios partenaires de RFI sur une zone pilote, l'Amérique latine (depuis 2020) et en l'étendant à certains pays de la zone stratégique de l'Afrique francophone depuis 2021 (projet Afri'Kibaaru). S'agissant du numérique, les données sont recueillies de manière continue et de manière automatique partout dans le monde. Les méthodologies de ces audiences sont présentées en annexe du présent COM ».

En 2022, les médias de France Médias Monde ont été crédités de **259,6 millions de contacts hebdomadaires**.



**259,6M**

De contacts hebdomadaires en 2022  
(linéaire et numérique)

Soit **+ 6 %** vs. 2021

Source : Données transmises par France Médias Monde

Ce résultat, en hausse de 6 % par rapport à 2021 (244,2 millions de contacts), se répartit entre **170,4 millions de téléspectateurs et d'auditeurs** en linéaire (résultat quasi stable par rapport à 2021) et **89,2 millions d'utilisateurs sur les environnements numériques** (+ 20 % par rapport à 2021).

### 1. Les audiences linéaires



**170,4M**

D'auditeurs et de téléspectateurs hebdomadaires en  
2022 (linéaire)

**stable** vs. 2021

Source : Données transmises par France Médias Monde

S'agissant des audiences linéaires de chacun des médias et de leur répartition par zones géographiques, les résultats de 2022 - présentés par France Médias Monde dans le rapport transmis à l'Arcom sur l'exécution de son COM en 2022, ont été principalement les suivants.

## Les audiences linéaires de France 24



### AUDIENCES LINEAIRES DE FRANCE 24 EN 2022

| Régions                           | Nombre de téléspectateurs hebdomadaires (en millions) | Croissance vs. 2021 |
|-----------------------------------|---|---------------------|
| <b>Monde</b>                      | <b>101,7</b>  | <b>+ 4 %</b>        |
| Afrique subsaharienne francophone | 27,6  | -1,8 %              |
| Afrique non francophone           | 12,4  | + 8,8 %             |
| Afrique du Nord - Moyen-Orient    | 21  | -10,3 %             |
| Europe                            | 10  | + 7,5 %             |
| Asie                              | 22,7  | + 28,2 %            |
| Amérique du Nord                  | 3,9   | -7,1 %              |
| Amérique Latine                   | 4,1   | + 7,9 %             |

**Note :** France 24 est présente dans 175 pays et territoires mais mesurée dans 72 pays seulement ; 4 pays sont sortis du périmètre en 2022 (72 pays sondés au total contre 76 en 2021) : le Bahreïn, Oman et la Syrie (mesures de plus de 4 ans). La Russie a également été supprimée compte tenu de l'interdiction de diffusion dont France 24 fait l'objet. Par ailleurs, France 24 a été suspendue au Mali le 27 avril 2022 (- 1,3M de téléspectateurs).

**Source :** Données transmises par France Médias Monde

Mesurée dans 72 pays, l'audience hebdomadaire de France 24 s'établit à **101,7 millions de téléspectateurs hebdomadaires (+ 3,9 millions** de téléspectateurs par rapport à 2021 – soit **+ 4 %**). Selon ses zones de diffusion, elle a évolué comme suit :

- **Afrique subsaharienne francophone : 27,6 millions de téléspectateurs** par semaine, résultat en baisse de 0,4 million par rapport à 2021 (- 2%), dans le contexte d'un arrêt de la diffusion au Mali ayant fait perdre à la chaîne 1,3 million de téléspectateurs<sup>49</sup>.
- **Afrique du Nord – Moyen Orient** : un fléchissement substantiel de l'audience est enregistré, avec **21 millions de téléspectateurs au lieu de 23,4 millions en 2021 (- 10,2%)**, avec des résultats en **baisse** en particulier **au Maroc et en Lybie**, de sorte que - comme l'observe France Médias Monde, si France 24 « demeure la première chaîne d'information internationale, l'écart avec ses principales concurrentes du Qatar<sup>50</sup> ou d'Arabie saoudite<sup>51</sup> se réduit »<sup>52</sup>, et même

<sup>50</sup> Al Jazeera.

<sup>51</sup> Al Arabiya.

<sup>52</sup> Peu ou prou, le cahier des charges de France Médias Monde lui-même, assigne à la société des objectifs généraux de performances au regard de ses concurrents (préambule : « proposer une alternative aux médias existant sur la scène internationale », « renforcer la présence médiatique internationale de la France » ; article 9 : « accroître la présence de la France dans le domaine de la production et de la diffusion de l'information au niveau mondial »). On peut regretter que France Médias Monde ne soit pas plus transparente à ce sujet et ne

si le niveau d'appréciation qualitative de France 24 au Maghreb se trouve être en hausse<sup>53</sup>. Une recherche approfondie sur les raisons de ces résultats au Maroc et en Libye a été engagée par France Médias Monde, « *pour savoir s'il s'agit seulement d'une erreur de mesure ou s'il s'agit d'une baisse réelle qui devrait attirer notre attention pour en connaître les déterminants* »<sup>54</sup>.

- **Europe** : 10 millions de téléspectateurs hebdomadaires, résultat en hausse de 0,7 million, (+ 7,5 %), dont 992 000 téléspectateurs supplémentaires en France<sup>55</sup>.
- **Asie** : 22,7 millions de téléspectateurs hebdomadaires, résultat en forte progression (+ 5 millions, soit + 28 %), assurée pour l'essentiel par la hausse constatée en Inde (+ 3,2 millions, soit, à fin 2022, 16 millions de téléspectateurs hebdomadaires).
- **Amérique du Nord** : 3,9 millions de téléspectateurs, résultat en baisse (4,2 millions de téléspectateurs en 2021, soit une baisse de 7,1 %), la croissance observée au Canada ne compensant pas les résultats en léger repli enregistrés aux Etats-Unis, compte tenu de l'arrêt de « *certaines contrats de distribution onéreux* » sur le câble.
- **Amérique latine** : 4,1 millions de téléspectateurs, résultat en hausse (+ 0,3 million de téléspectateurs - + 7,9 %), la chaîne retrouvant son niveau de 2020, à la suite du passage à 24 heures de diffusion quotidienne (en septembre 2021)<sup>56</sup>.

---

communiqua pas à l'Arcom les résultats complets des études d'audience qu'elle commande, ce qui permettrait de mieux appréhender les performances des médias de France Médias Monde dans leur univers concurrentiel (la Cour des comptes elle-même, dans son rapport sur les exercices 2013-2019 publié en 2021, avait - entre autres observations formulées sur les mesures d'audience - également exprimé un tel regret).

<sup>53</sup> Indicateur 6.1 exprimant le taux d'« *opinions favorables évaluant les valeurs d'expertise, d'objectivité et de référence* ». Le taux est passé de 56 % en 2021 à 66 % en 2022 (résultats antérieurs : 65% en 2020, 71 % en 2019).

<sup>54</sup> Selon les termes de la présidente de France Médias Monde, Marie-Christine Saragosse, lors de son audition par la commission des affaires étrangères de l'Assemblée nationale, le 5 avril 2023.

<sup>55</sup> Selon France Médias Monde, l'arrêt de la diffusion de la chaîne en Russie a fait perdre à la chaîne 600 000 téléspectateurs chaque semaine.

<sup>56</sup> France Médias Monde précise que l'audience est en progression dans les trois pays mesurés (Argentine, Colombie et Mexique).

## Les audiences linéaires de RFI



### AUDIENCES LINEAIRES DE RFI EN 2022

| Régions                  | Nombre de téléspectateurs hebdomadaires (en millions) | Croissance vs. 2021* |
|--------------------------|---|----------------------|
| <b>Monde</b>             | <b>59,5</b>   | <b>- 3,1 %</b>       |
| Afrique francophone      | 32,8  | - 2,4 %              |
| Afrique non francophone  | 5,8   | - 47,3 %             |
| Europe                   | 2,4   | + 60 %               |
| Asie                     | 0,1   | -                    |
| Amérique Latine/Caraïbes | 16,6  | + 27,7 %             |
| Maghreb                  | 1,8   | - 21,7 %             |

**Note :** RFI est présente dans 150 pays et mesurée dans 37 pays ; Trois nouveaux pays sont entrés dans le périmètre en 2022 (37 pays sondés au total contre 35 en 2021) : La Bolivie, le Chili et le Pérou (mesure des audiences sur les radios partenaires). La Russie a été supprimée suite à l'interdiction de diffusion dans ce pays. Par ailleurs, RFI a été suspendue au Mali (-1,1M d'auditeurs) mais il reste de l'audience en ondes courtes (250 000 auditeurs environ).

**Source :** Données transmises par France Médias Monde

L'audience linéaire de RFI, mesurée dans 37 pays<sup>57</sup>, s'est établie à **59,5 millions d'auditeurs hebdomadaires**, soit une baisse par rapport à 2021 (- 3 %).

- **Afrique subsaharienne francophone :** 32,8 millions d'auditeurs, résultat en baisse de 800 000 auditeurs par rapport à 2021, France Médias Monde faisant valoir le contexte global de baisse de la consommation du média radio et de la suspension de la diffusion de RFI au Mali, laquelle a occasionné une perte de 1,1 million d'auditeurs hebdomadaires<sup>58</sup>. Pour autant, France Médias Monde constate que le succès des programmes en mandenkan et fulfulde diffusés dans le cadre du projet Afri'Kibaaru (cf. supra), ainsi que celui de la diffusion sur les radios partenaires, ont permis de toucher 280 000 auditeurs hebdomadaires supplémentaires dans cette zone, dans laquelle RFI « *conserve son rang parmi les radios les plus écoutées en Afrique francophone* »<sup>59</sup> [subsaharienne], zone dans laquelle la radio réalise 55 % de ses audiences hebdomadaires linéaires mesurées. Un léger repli en 2022 du taux de « confiance » envers RFI en Afrique subsaharienne (76 % d'opinions favorables en 2022, vs. 78 % en 2021)<sup>60</sup> a été constaté.

<sup>57</sup> Trois nouveaux pays sont entrés dans le périmètre en 2022 : la Bolivie, le Chili et le Pérou (mesure des audiences sur les radios partenaires). La Russie a été écartée suite à l'interdiction de diffusion de RFI dans ce pays.

<sup>59</sup> Sans plus de précision de la part de France Médias Monde. Cf. infra.

<sup>60</sup> Mesure effectuée au titre de l'indicateur 6.1 du COM 2020-2022 (« Opinions favorables évaluant les valeurs d'expertise, d'objectivité et de référence »).

- **Afrique anglophone<sup>61</sup>** : 5,8 millions d'auditeurs, soit une baisse de près de 50 % du résultat enregistré en 2021 (11 millions d'auditeurs). Pour France Médias Monde, cette contre-performance est en particulier liée au fait que la part de la population hausaphone a diminué en 2022 dans l'échantillon de personnes interrogées pour l'enquête d'audience<sup>62</sup>. Il conviendrait toutefois que cette hypothèse soit davantage étayée.
- **Europe** : Avec 2,4 millions d'auditeurs, l'audience est en forte progression (+ 0,9 million – soit + 60 %), du fait de l'élargissement de sa mesure en France à la diffusion en DAB+ à Paris et à Marseille et par ses radios partenaires. Ainsi, selon les déclarations du groupe, l'audience de RFI « *double en France* », pour s'établir à 1,9 millions d'auditeurs hebdomadaires (FM, DAB+ et radios partenaires)<sup>63</sup>.
- **Asie (Cambodge)** : 0,1 million d'auditeurs<sup>64</sup>.
- **Amérique latine** : 16,6 millions d'auditeurs, résultat en forte progression par rapport à 2020 (+ 3,6 millions - + 27,7 %), lié à l'élargissement de la mesure de l'audience des radios partenaires à trois pays (Bolivie, Chili, Pérou).

## Les audiences linéaires de MCD



### AUDIENCES LINEAIRES DE MCD EN 2022

| Régions                                    | Nombre de téléspectateurs hebdomadaires (en millions) | Croissance vs. 2021 |
|--|---|---------------------|
| <b>Monde</b>                               | <b>9,2</b>  | <b>- 11,5 %</b>     |
| <b>Moyen-Orient</b>                        | 5,9   | -7,8 %              |
| <b>Maghreb / Afrique</b>                   | 3,1   | -22,5 %             |
| <b>Hors Afrique du Nord / Moyen-Orient</b> | 0,2   | +100 %              |

**Note** : Treize pays sondés au total en 2022 contre 14 en 2021

**Source** : Données transmises par France Médias Monde

L'audience linéaire de Monte Carlo Doualiya, mesurée dans 13 pays, s'est établie en 2022 à 9,2 millions d'auditeurs hebdomadaires, soit une baisse de plus de 10 % (- 1,2 million) par rapport à 2021). A noter qu'une première mesure de l'audience de MCD en France a été effectuée en 2022, concernant la diffusion de la radio en DAB+ à Paris et à Marseille. Cette étude crédite MCD de près de 120 000 auditeurs chaque semaine<sup>65</sup>.

<sup>61</sup> Le rapport de France Médias Monde sur l'exécution de son COM (p. 10) est ambigu sur ce point : ce résultat de 5,8 millions d'auditeurs étant donné tantôt à l'*Afrique non francophone*, tantôt à l'*Afrique anglophone*, ce qui pose question concernant la prise en compte de l'*Afrique lusophone*.

<sup>62</sup> Cette étude a été « *commandée par Deutsche Welle* », comme le précise France Médias Monde, qui y a souscrit, mais n'en « *maîtrise pas le cahier des charges* ».

<sup>63</sup> Etude IFOP selon les déclarations de France Médias Monde

<sup>64</sup> L'évolution de ce résultat par rapport à 2021 n'est pas indiquée.

<sup>65</sup> Chiffres transmis par France Médias Monde

La forte baisse de l'audience de MCD renvoie à celle des résultats en termes d'« *opinions favorables évaluant les valeurs d'expertise, d'objectif et de référence* » (indicateur 6.1 du COM 2020-2022), avec un taux « de confiance » passant de 66 % en 2021 à 49 % en 2022.

Selon France Médias Monde, ce fléchissement est particulièrement marqué en Lybie. Au-delà des hypothèses avancées par la société comme premiers éléments d'explication de cette baisse (le contexte de diminution importante du média radio dans cette zone, la surmédiation de la guerre en Ukraine – qui, selon France Médias Monde, pourrait être un sujet intéressant moins le public de MCD, le contexte anti-français dans le monde arabe et plus particulièrement dans certains pays - Irak, Libye), France Médias Monde a indiqué qu'elle allait expertiser plus avant les raisons d'un tel résultat, afin d'en déduire les éventuelles adaptations requises pour y répondre (contenus et formats, grilles, stratégie numérique, référencement, distribution, etc).

## 2. Les audiences numériques



**89,2M**

De contacts hebdomadaires en 2022 (numérique)

**Soit + 20 % vs. 2021**

Source : Données transmises par France Médias Monde

En 2022, France Médias Monde a enregistré des audiences numériques en progression par rapport à 2021, que ce soit sur ses sites propriétaires et plateformes tierces, dont les réseaux sociaux. Ces performances s'expliquent en grande partie par l'actualité relative à la guerre en Ukraine.

France  
médias  
monde

### LES AUDIENCES NUMERIQUES DE FRANCE MEDIAS MONDE

|   | 2021        | 2022        | Evol. Vs. 2021 |
|---|-------------|-------------|----------------|
| <b>Nombre de contacts hebdomadaires (en millions)</b>   | <b>74,5</b> | <b>89,2</b> | <b>+ 20 %</b>  |
| <b>Nombre de visites mensuelles des environnements propres de France Médias Monde (en millions)</b> | 46,8        | 49,5        | + 6 %          |
| <b>Nombre de démarrages annuels de vidéos et sons tous environnements confondus (en milliards)</b>  | 2,2         | 3,4         | + 53 %         |
| <b>Communautés sociales - nombre d'abonnés sur les réseaux sociaux (en millions)</b>                | 93,4        | 101,7       | + 9 %          |

Source : Données transmises par France Médias Monde

L'Autorité relève l'effort d'explication de France Médias Monde sur la méthodologie du recueil de l'audience numérique. Dans son rapport d'exécution pour l'année 2022, le groupe indique en effet que : « *S'agissant de la quantification des audiences numériques, les données sont recueillies de manière continue et automatique partout dans le monde*

(...). De manière croissante, le marché propose des outils permettant de compiler ces différentes sources, nous suivons leur évolution et avons déjà fait l'acquisition des outils pour la mesure vidéo Youtube par exemple ».

S'agissant des offres 100 % numériques de France Médias Monde, si l'audience d'ENTR est en nette croissance sur un an, celle d'Infomigrants connaît un certain recul par rapport à 2021.

| Offres 100 % numérique  | Audience en 2022                         | Evolution vs. 2021     |
|---|--|------------------------|
|  | <b>56,4 millions</b> de vidéos vues      | <b>Environ + 41 %*</b> |
|  | <b>80,8 millions</b> de contacts cumulés | <b>- 7 %*</b>          |

\* ENTR a été lancée en mai 2021 et France Médias Monde déclarait plus de 40 millions de visites dans son rapport d'exécution du cahier des charges pour l'exercice 2021 ; \*\* L'année 2021 a été marquée par la prise de pouvoirs des Talibans en Afghanistan pour le traitement de laquelle la rédaction d'InfoMigrants s'était pleinement mobilisée.

Source : Données transmises par France Médias Monde

## ENJEUX ET PERSPECTIVES

**L'année 2022 a été marquée par un certain recul de la popularité de l'offre arabophone de France Médias Monde dans ses bassins d'audience. Ce constat peut appeler France Médias Monde à renforcer sa présence dans ces régions pour y développer son offre locale.**

En effet, France Médias Monde fait part de sa préoccupation concernant un fléchissement des résultats d'audience (30,8 millions d'auditeurs et téléspectateurs en 2022, contre 31,4 millions en 2021) et d'opinions favorables de ses médias arabophones (MCD passant de 66 % en 2021 à 41 % en 2022, France 24 de 79 % en 2021 à 77 % en 2022), ce qui, selon la société, « nécessite de mettre en place des dispositifs adaptés pour les années à venir et plus particulièrement la nécessité de produire une information de proximité »<sup>66</sup>. Sur ce point, France Médias Monde fait néanmoins état, dès 2022, du lancement, sur MCD et en partenariat avec CFI, de l'émission hebdomadaire en arabe dialectal « *L'heure soudanaise* », diffusée en décrochage sur la FM de Khartoum et en numérique (jusqu'à la suspension de diffusion de MCD au Soudan, à la suite des violents affrontements survenus en avril 2023 à Khartoum).

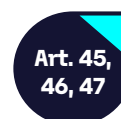
<sup>66</sup> Cf. supra - Audience linéaire de MCD.



### III. COOPERATIONS

France Médias Monde a poursuivi les coopérations avec des organismes étrangers (**A.**) et français (**B.**).

#### A. Les relations extérieures



##### 1. Les coopérations avec des organismes de radiodiffusion étrangers

Conformément aux articles 45, 46 et 47 de son cahier des charges, France Médias Monde a continué en 2022 de développer ses coopérations avec divers « *organismes de radiodiffusion étrangers* » et CFI.

#### DG8

France Médias Monde a assuré la présidence tournante du **DG8**, qui est une instance informelle réunissant les groupes audiovisuels internationaux de huit grands pays démocratiques : BBC World Service, ABC Australia, CBC Radio-Canada, Deutsche Welle, France Médias Monde, NHK World Japan, SRG SSR Swissinfo et USAGM. Réunis au siège de France Médias Monde les 15 et 16 décembre 2022 pour leur rencontre annuelle, les membres du DG8 ont réaffirmé leur coopération autour d'intérêts communs, et notamment le contournement de la censure, sujet auquel un groupe de travail est spécifiquement dédié. Le 1<sup>er</sup> mars 2022, le DG8 a tenu une réunion exceptionnelle en visioconférence afin d'échanger sur les moyens de contourner l'interdiction de diffusion des médias étrangers en Russie.

#### Les Médias Francophones Publics (MFP)

France Médias Monde participe à l'association des **Médias Francophones Publics** (« les MFP »), association de droit français créée en 2016 et rassemblant les groupes audiovisuels publics des pays francophones du Nord<sup>67</sup>.

Au sein des MFP, France Médias Monde :

- prend part aux travaux des commissions *Audio, Etudes et stratégies du public, Numérique* et *Vidéo/ Information*, qui permettent les partages d'expérience et des échanges de contenus ;
- participe à la réunion annuelle des MFP, qui s'est tenue en 2022 à Marseille ;
- est engagée dans des coopérations éditoriales avec les autres membres de l'association, comme ce fut le cas, en 2022, pour les programmes suivants :
  - o Les émissions *La librairie francophone* (diffusée sur RFI et produite par les MFP) et *L'accent des autres* (diffusée sur RFI et produite par la RTBF avec RFI, la RTS, France Inter et Radio Canada) ;
  - o Deux *podcasts natifs* : *La Terre sur les épaules* et *Les métiers perchés* ;
- prend part aux prix remis par les MFP : le prix du journalisme radio (récompensant le meilleur traitement d'un événement d'actualité) et la Bourse René Payot du journalisme (distinguant des jeunes talents francophones).

<sup>67</sup> - Belgique : RTBF - Canada : Radio-Canada, Télé-Québec Canada et TF0 Médias, et TV5 Canada ;  
- France : Arte France, France Médias Monde, France Télévisions, LCP-AN et Radio France ;  
- Suisse : RTS ;  
- Belgique, Canada, France, Monaco et Suisse : TV5 Monde.

## Deutsche Welle

France Médias Monde coopère étroitement avec Deutsche Welle (DW), l'homologue allemand de France Médias Monde, en particulier autour de trois offres numériques communes (sites internet, réseaux sociaux) (cf. Supra. - Multilinguisme) :

- ENTR<sup>68</sup> ;
- InfoMigrants<sup>69</sup> ;
- +90, la chaîne en turc disponible sur YouTube<sup>70</sup>.

Ces coopérations éditoriales s'appuient sur un « *dialogue constant et constructif* », formalisé, notamment dans le cadre de séminaires qui ont lieu chaque année entre France Médias Monde et DW.

## « L'Académie France Médias Monde »

« L'Académie France Médias Monde » a vocation à « *intervenir auprès des télévisions et radios du monde entier pour apporter à leurs équipes l'expertise d'un groupe média international dans les domaines du journalisme, de l'image et de l'internet* ». Elle a déployé en 2022 son activité dans les champs suivants :

- des formations « en présentiel » auprès de médias locaux en Afrique (Bénin, Bostwana, RDC, ...) et au Moyen-Orient (Irak, Koweït, Oman ...) ;
- la poursuite du jumelage européen<sup>71</sup> entre la télévision publique tunisienne (ETT / Etablissement de la télévision tunisienne) et le consortium des sociétés de l'audiovisuel public français (France Médias Monde, France Télévisions, Radio France et l'INA), piloté par France Médias Monde. Lancé en juin 2021 et d'une durée de deux ans, « *ce jumelage a pour but de mobiliser des expertises françaises en matière audiovisuelle pour accompagner la télévision publique tunisienne dans sa modernisation* ». Plusieurs sessions de formation ont été organisées durant l'année 2022 au profit des équipes de la télévision tunisienne, en Tunisie comme en France, notamment au siège de France Médias Monde ;
- la participation de journalistes étrangers à des sessions de formation organisées par le groupe sur la sécurité en zones dangereuses.

Il convient de mentionner également l'action de formation menée par l'Académie, en lien avec CFI, au bénéfice des journalistes de la nouvelle rédaction de RFI en ukrainien adossée à la rédaction de RFI en roumain installée à Bucarest<sup>72</sup>(cf. 4.2).

## Canal France International (CFI)

CFI, filiale de France Médias Monde (depuis juin 2017), « *développe et met en œuvre des projets dans le champ de l'aide publique au développement pour accompagner les médias publics ou privés, ainsi que les acteurs de la société civile engagés en faveur d'une information pluraliste et démocratique, (...) en particulier en Afrique Subsaharienne, dans le monde arabe et dans les pays du voisinage de l'Union européenne* ».

<sup>68</sup> Cf. Supra

<sup>69</sup> Cf. Supra

<sup>70</sup> Cf. Supra

<sup>71</sup> Financé par la Commission européenne.

<sup>72</sup> Une nouvelle session a été organisée du 19 au 27 juillet 2023 à Bucarest.

CFI a signé un contrat d'objectifs avec le ministère de l'Europe et des Affaires étrangères le 8 octobre 2021. Comme le précise France Médias Monde, ce document « *concentre les interventions de CFI autour des priorités liées à la lutte contre la désinformation, l'égalité entre les femmes et les hommes, la protection de l'environnement, la promotion de la démocratie et l'engagement citoyen* »<sup>73</sup>.

En 2022, CFI a mené 40 projets, dont plus de la moitié conjointement avec France Médias Monde.

France Médias Monde précise que, sur l'ensemble des projets conduits par CFI en 2022, 62,5 % d'entre eux avaient pour objet, au moins en partie, la lutte contre la désinformation, l'investigation, l'open data et l'éducation aux médias.

Les projets communs à CFI et France Médias Monde font l'objet d'un « *consortium d'interventions autour d'un bloc média intégré*<sup>73</sup> » (...), France Médias Monde, par son implication (participation de collaborateurs, médiatisation par ses médias), « *contribuant à leur qualité et visibilité* ».

Parmi ces projets associant les deux entités, France Médias Monde met en avant celui intitulé **Yak Vdoma**<sup>74</sup>, lancé au printemps 2022 dans le contexte de la guerre en Ukraine, avec pour objectif de « *favoriser une couverture de la guerre et de la crise régionale par des journalistes locaux, de manière indépendante, sûre et sensible au conflit* »<sup>75</sup>. A cet effet, CFI a mis en place en juillet 2022 une « résidence » pour les journalistes ukrainiens indépendants, à la fois centre d'accueil, de soutien et de formation. 9 journalistes (8 femmes et un homme) de différentes régions d'Ukraine y étaient accueillis fin 2022<sup>76</sup>.

Ce double projet mené par CFI et France Médias Monde est financé à hauteur de 1,5 M€ par le ministère de l'Europe et des Affaires étrangères pour une année.

Autre projet d'envergure développé par un partenariat CFI-France Médias Monde, le projet **Afri'Kibaru**<sup>77</sup> (cf. Supra - Multilinguisme) comprend un volet, piloté par CFI, de formation des journalistes locaux, nationaux et régionaux autour des thématiques liées au développement durable.

Sont également à mentionner, parmi les projets communs France Médias Monde-CFI les plus notables, *Désinfox Tchad*, *Journalisme innovant en Irak*, ainsi que trois projets menés par CFI au Soudan en collaboration avec MCD (*Aswatna*, *Kalimat*, *Sada*)<sup>78</sup>.

D'une manière générale, « l'Académie France Médias Monde » est régulièrement mise à contribution pour les aspects de formation des projets associant France Médias Monde et CFI. Elle a élaboré un site internet *Conseil de journalistes*, qui propose gratuitement plus de 200 vidéos, en français, en anglais et en arabe, réparties en cinq collections : journalisme de solutions, journalisme et égalité de genre, journalisme et santé, journalisme et environnement, journalisme et fact-checking.

---

<sup>73</sup> Formulation issue du contrat d'objectifs de CFI.

<sup>74</sup> « *Comme à la maison* », en ukrainien.

<sup>75</sup> Source : rapport d'activité de CFI pour 2022.

<https://ra-cfi.fr/wp-content/uploads/2023/06/cfi-ra-2022-fr-web.pdf>

<sup>76</sup> Cf. Supra

<sup>77</sup> Cf. Supra

<sup>78</sup> Par ailleurs, c'est avec l'appui de CFI que MCD a lancé en octobre 2022 une nouvelle émission en arabe dialectal, *L'heure soudanaise* ; cf. infra

Outre les projets communs, le rapprochement entre France Médias Monde et CFI intervenu en juin 2017 a également permis de développer, conformément aux deux contrats d'objectifs de CFI (2028-2020 et 2021-2023), les synergies de structure, dans le respect des identités, des missions respectives et de l'autonomie budgétaire de chacune des deux sociétés. Ces synergies contribuent à l'objectif affiché au moment de la filialisation de CFI de constituer un « *bloc audiovisuel extérieur public intégré* », doté d'une large palette de moyens et d'un continuum d'interventions.

Plusieurs conventions conclues entre France Médias Monde et CFI ont pour objet de mutualiser les ressources et les coûts. Par ailleurs, trois instances décisionnelles (comité de pilotage, comité du pôle ressources et conseil d'administration) associent les dirigeants des deux entités.

## 2. L'action culturelle de coopération

Cette action culturelle de coopération de France Médias Monde prévue à l'article 48 de son cahier des charges, prend deux formes principales.

### Partenariat avec l'Institut français

Formalisé par l'accord-cadre conclu en mai 2013, le partenariat entre France Médias Monde et l'Institut français, qui œuvrent conjointement à la promotion de l'action culturelle de la France et de la langue française, a porté sur plusieurs événements culturels (la Saison France-Portugal, la Fabrique Cinéma / Cinémas du Monde, la Nuit des Idées, les Ateliers de l'Institut français, le Prix Découvertes et le Prix Théâtre de RFI...).

Les deux entités collaborent par ailleurs autour de l'apprentissage du français.

### Les médias de France Médias Monde, « *caisses de résonance* » pour les industries culturelles et créatives (ICC)

France Médias Monde a continué d'œuvrer à la promotion de la culture française et des industries créatives et culturelles (ICC) françaises à travers le monde. Cette action a pris, en 2022, les formes suivantes :

- une programmation spéciale à l'occasion d'événements culturels tels que les festivals de Cannes, de Deauville, ou encore d'Avignon ;
- une politique de partenariats avec quelques grandes institutions et opérateurs s'inscrivant dans une démarche collective de promotion des industries culturelles et créatives (ICC) à l'export à laquelle sont associés notamment UniFrance, le Centre national du livre, le Centre national du cinéma et de l'image animée / CNC, mais également Atout France<sup>79</sup> ou la French Tech<sup>80</sup> ;
- un partenariat avec le pavillon France de l'exposition universelle de Dubaï (Emirats arabes unis) qui s'est tenue entre octobre 2021 et mars 2022, avec des émissions et des reportages réalisés pour tous les supports par les journalistes des trois médias, en français, en arabe et en anglais notamment ;
- de nombreux partenariats (plus de 200 signés en 2022) conclus – soit sur la durée, par des accords-cadres, ou ponctuellement en lien avec un événement culturel

<sup>79</sup> Agence de promotion du tourisme en France.


<sup>80</sup> Liée au ministère de l'économie et des finances, la French Tech se définit comme le « *mouvement français des start-up* », ayant pour objet de « *faire de la France un des pays les plus attractifs au monde pour les start-ups qui veulent se lancer, partir à la conquête des marchés internationaux et bâtir un avenir qui ait du sens.* »

précis – avec de grandes institutions culturelles telles que la cité internationale des Arts, le musée du Quai Branly - Jacques Chirac, le musée du Louvre, le centre Pompidou, le palais de Tokyo<sup>81</sup>.

## ENJEUX ET PERSPECTIVES

**La confiance est l'un des enjeux majeurs auxquels sont confrontés les médias, dont France Médias Monde.**

Cette confiance se construit également grâce aux partenariats du groupe avec ses homologues étrangers et diverses institutions.



---

<sup>81</sup> France Médias Monde indique également avoir conclu, en février 2023, une convention de partenariat avec la Cité internationale de la langue française de Villers-Cotterêts inaugurée en 2023 et qui doit accueillir en juin 2024 le Sommet de la francophonie.

## B. Les coopérations avec les organismes audiovisuels français

Conformément à son cahier des charges et à la demande des pouvoirs publics, France Médias Monde doit développer activement les synergies et partenariats avec les acteurs de l'audiovisuel français.

### 1. Les relations avec les sociétés nationales de programme

Art. 42,  
43-1

France Médias Monde doit coopérer avec les autres sociétés nationales de programme, France Télévisions et Radio France.

#### PANORAMA DES COOPERATIONS

Conformément à son cahier des charges et aux objectifs du contrat d'objectifs et de moyens pour la période 2020-2022, France Médias Monde participe aux offres communes de l'audiovisuel public français et développe les coopérations bilatérales avec France Télévisions et Radio France.

#### La participation aux offres communes de l'audiovisuel public français

Conformément aux engagements pris dans le cadre du Pacte pour la jeunesse entre l'Etat et les sociétés de l'audiovisuel public<sup>82</sup>, le groupe contribue aux offres communes de l'audiovisuel public, « Lumni » et « Culture Prime ».

#### La participation de France Médias Monde aux offres communes « Lumni » et « Culture Prime »

##### Lumni

Les médias de France Médias Monde mettent à disposition de la plateforme éducative **Lumni** éditée par France Télévisions des contenus « connaissances » qui permettent d'appréhender les enjeux internationaux, des ressources d'apprentissage du français, des contenus en langues étrangères pouvant servir de soutien aux cours de langues vivantes ainsi que des programmes de lutte contre les infox et d'éducation aux médias.

##### Culture'

Le groupe participe à l'offre commune aux six organismes de l'audiovisuel public, **Culture Prime**. Disponible uniquement sur les réseaux sociaux (Facebook, Instagram, Tik Tok, Twitter et Youtube), Culture Prime propose de courtes vidéos adaptées aux usages du numérique sur des sujets culturels. France 24 et RFI produisent chaque semaine 2 modules originaux incluant des formats verticaux adaptés à une diffusion sur Instagram, et des formats horizontaux pour YouTube.

<sup>82</sup> Pacte pour la jeunesse entre l'Etat et France Télévisions, Radio France, France Médias Monde, ARTE France, TV5Monde et l'Institut national de l'audiovisuel, 2021 ; Engagement 4 du Pacte pour la jeunesse : « Elargissement de la distribution de l'offre Culture Prime » ; Engagement 5 du Pacte pour la jeunesse : « Mise à disposition par France Médias Monde de ses contenus édités spécifiquement à destination de la jeunesse » ; Engagement 7 : « Approfondissement des catalogues des offres Lumni et Lumni enseignement et renforcement de leur notoriété »

Toutefois, « Culture Prime » et « Lumni » connaissent une stagnation de leur audience. En 2022, Lumni a rassemblé 1 200 000 visiteurs uniques par mois<sup>83</sup>, soit autant qu'en 2021 mais moins qu'en 2020<sup>84</sup>. Culture Prime a compté 26 millions de vidéos vues par mois, contre 25 millions en 2021 et 32,8 millions en 2020, année marquée par la crise sanitaire.

Conformément à l'article 43-1 du cahier des charges et de la convention conclue en 2016 avec la chaîne d'information en continu de France Télévisions, France Médias Monde poursuit sa participation à franceinfo:.

#### La participation de France Médias Monde à la chaîne de télévision franceinfo:

## franceinfo:

France Médias Monde met à disposition quotidiennement le flux de France 24 en français à franceinfo: qui la diffuse de minuit à 6h30 mais également des journaux du Monde, des duplex quotidiens et plusieurs magazines.

**7** duplex quotidiens

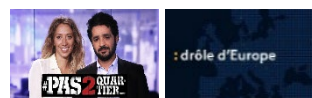
**3** JT du Monde par jour

**1** hebdo coproduite

Reprise du signal de France 24 tous les jours de **minuit à 6h30**

#### La reprise de magazines de France 24

Franceinfo: diffuse sur son antenne les émissions de France 24 *Focus*, *Pas2quartier* et *Drôle d'Europe*.



#### La coproduction d'une émission hebdomadaire

France 24 coproduit avec franceinfo: l'émission hebdomadaire *Le Monde dans tous ses États*. Diffusée sur le canal 27 de la TNT, l'émission est produite dans les studios de France Télévisions, comprend des reportages et duplex réalisés par les équipes de France 24 et est présentée par un journaliste de la chaîne d'information internationale.



#### La réalisation d'émissions spéciales communes

France 24 et RFI s'associent avec Franceinfo: TV et radio pour proposer des émissions spéciales à l'instar de *Planète Elysée 2022* et *Demain l'Europe*. Franceinfo: TV peut également reprendre le flux de France 24 en cas d'édition spéciale notamment liée à l'actualité internationale.

#### La participation à l'offre numérique de franceinfo:

France Médias Monde contribue également à l'offre numérique d'information franceinfo: Celle-ci reprend, notamment, les chroniques « *Info ou Intox* » réalisées par la rédaction des Observateurs de France 24.

## Les coopérations bilatérales

Outre sa participation aux offres communes de l'audiovisuel public, France Médias Monde développe les coopérations bilatérales avec France Télévisions, Radio France et les autres organismes de l'audiovisuel public français. Ces coopérations sont éditoriales, techniques et matérielles.

<sup>83</sup> Rapports d'exécution du COM pour l'exercice 2022

<sup>84</sup> En 2020, année marquée par la crise sanitaire, Lumni a rassemblé 1 700 000 visiteurs uniques par mois ; Rapport d'exécution du COM pour l'exercice 2022

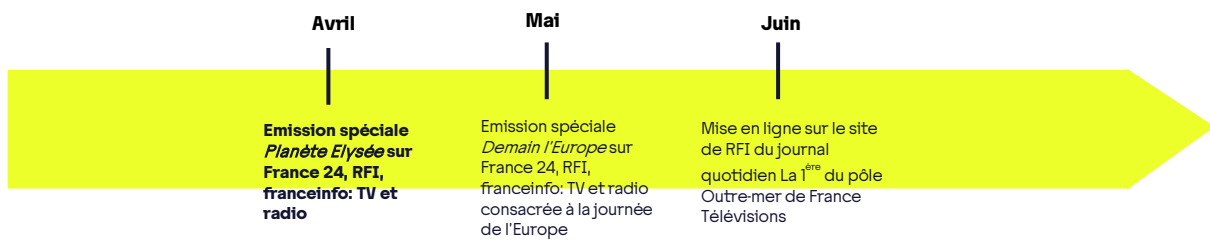
**Panorama des coopérations bilatérales de France Médias Monde avec les autres organismes de l'audiovisuel public français**

|  |   |
|--|---|
| <p><b>france•tv</b></p>  | <p><b>Partage de sujets :</b> France 24 utilise des images de France Télévisions pour près de 90 % des sujets liés à l'actualité française sur son antenne*.</p> <p><b>Reprise d'émissions :</b> France 24 en français diffuse le magazine hebdomadaire <i>Outre-mer</i> produit par le pôle Outre-mer de France Télévisions. RFI diffuse quotidiennement le <i>Journal d'Outre-mer La 1<sup>ère</sup></i> produit par le réseau des Outre-mer La 1<sup>ère</sup> et lui dédie une entrée spécifique sur son site internet depuis 2022.</p> <p><b>Coopérations techniques :</b> France Télévisions met à disposition de France Médias Monde son outil de transcription et de sous-titrage semi-automatisé permettant de traduire les vidéos de France 24 en anglais et en anglais vers les langues étrangères de RFI.</p> |
| <p><b>radiofrance</b></p>  | <p><b>Coopérations éditoriales :</b> Depuis 2020, la plateforme Radio France propose plus de 100 émissions de RFI.</p> <p><b>Partage de moyens humains :</b> RFI et Radio France ont parfois recours à des correspondants communs. Ils partagent un bureau de correspondance à Bruxelles.</p>   |
| <p><b>ENSEMBLE DES ORGANISMES DE L'AUDIOVISUEL PUBLIC FRANÇAIS</b></p> | <p><b>Achats communs :</b> En 2022, France Médias Monde a pris part à 18 des 43 achats groupés menés avec au moins une autre société*.</p> <p><b>Coopérations techniques :</b> Le groupe de travail « technologies de l'audiovisuel public » (TAP) qui se décline à travers les thématiques relatives à la cybersécurité, aux outils de production, et à l'innovation permet des échanges entre les directions techniques des sociétés nationales de programme. France Médias Monde fait également profiter aux autres sociétés de son expertise en matière de sécurité sur les zones dangereuses, notamment grâce à sa formation et à son Directeur de la sûreté éditoriale.</p>   |

\* Chiffres fournis par France Médias Monde

**FAITS MARQUANTS DE L'ANNEE 2022**

En 2022, les partenariats de France Médias Monde avec France Télévisions et Radio France ont été marqués par la production de deux émissions spéciales communes aux trois sociétés et par des coopérations éditoriales et techniques pour la couverture de la guerre en Ukraine.





## Les émissions spéciales communes aux trois sociétés nationales de programme

En 2022, France Médias Monde s'est associée avec France Télévisions et Radio France pour proposer deux émissions spéciales diffusées simultanément sur France 24, RFI, la chaîne de télévision et la radio franceinfo:



Au lendemain du premier tour de l'élection présidentielle française, *Planète Elysée 2022* a proposé de décrypter les résultats du scrutin à l'échelle internationale. Présentée par deux journalistes, l'un de franceinfo: et l'autre de France 24, l'émission a accueilli cinq experts des quatre antennes et huit correspondants à travers le monde.



A l'occasion de la « Journée de l'Europe », RFI, France 24 et franceinfo: télévision et radio se sont de nouveau associées pour proposer une émission spéciale, *Demain l'Europe*, consacrée au décryptage des enjeux européens et diffusée sur les quatre antennes.

## La couverture de la guerre en Ukraine

Les sociétés de l'audiovisuel public ont également coopéré afin d'assurer la couverture de la guerre en Ukraine.

France Médias Monde a fait profiter aux autres sociétés de ses compétences en matière de sécurité sur le terrain grâce à son directeur de la sûreté éditoriale.

Elle a utilisé l'outil de transcription et de sous-titrage semi-automatisé de France Télévisions pour traduire les vidéos de France 24 afin d'enrichir les offres russes et ukrainiennes de RFI.

Enfin, les journalistes du groupe sont également intervenus dans les émissions diffusées sur les antennes de France Télévisions et Radio France, à l'instar de *C dans l'air* sur France 5, pour partager leur expertise sur le conflit. Ils sont également intervenus sur d'autres médias privés français, renforçant ainsi le statut de France Médias Monde, société publique référente en matière d'expertise internationale.

## 2. Les relations avec TV5Monde et l'INA



Conformément à son cahier des charges, France Médias Monde développe des partenariats avec TV5Monde et l'INA.



Le partenariat de France Médias Monde avec TV5 Monde (dont France Médias Monde est actionnaire à hauteur de 12,6 % et Marie-Christine Saragosse membre du conseil d'administration) s'est poursuivi en 2022.

Au titre de la convention-cadre conclue le 16 décembre 2014, cette coopération porte sur les quatre domaines suivants :

- **distribution** : échanges et concertation réguliers entre équipes des deux sociétés sur l'état de la distribution de leurs médias dans le monde, sur leurs enjeux respectifs, sur d'éventuelles opportunités de distribution ou difficultés rencontrées avec les opérateurs de télévision à péage, sur la coordination de leurs actions respectives auprès des distributeurs<sup>85</sup>, et enfin, en termes de monitoring de leurs signaux de diffusion satellitaire « primaires » ;
- **éditorial** (cf. supra 4.1 Promotion de la langue française) ;
- **marketing et communication** : mutualisation de certaines dépenses, comme le partage de stands sur les grands salons audiovisuels ;
- **études d'audience** : souscription conjointe aux études multi-clients de Kantar TNS portant sur l'Afrique (Africoscope), le Maghreb (Maghreboscope) et l'Europe (Ipsos Affluent), partage d'un logiciel pour l'analyse des données.

Par ailleurs, un accord conclu le 1<sup>er</sup> juillet 2012 entre France Médias Monde et TV5 Monde prévoit l'utilisation des œuvres musicales éditées par RFI à des fins de sonorisation musicale des programmes de TV5 Monde.

Hors du périmètre de ces deux accords, France Médias Monde et TV5 Monde coopèrent également sur les sujets suivants :

- France Médias Monde participe, aux côtés de France Télévisions et TV5Monde, à des initiatives en faveur de la langue française dans le cadre de la *Fondation Engagement Médias pour les Jeunes*, qui a pour mission « d'œuvrer pour l'inclusion des jeunes en situation de fragilité », en soutenant des « projets et actions d'intérêt général qui utilisent l'audiovisuel, le numérique, les médias et la culture » ;
- France Médias Monde et TV5 Monde ont mis en place des marchés communs, comme la prestation de revue de presse assurée par Kantar pour les deux sociétés (ainsi que l'INA) ;

<sup>85</sup> Le partage d'information est facilité par le fait que les deux groupes travaillent avec une dizaine d'agents commerciaux en commun.

- France Médias Monde et TV5 Monde sont chacune associées au SOC (Security Operation Center) déployé en commun pour l'ensemble des sociétés de l'audiovisuel public ;
- France Médias Monde et TV5 Monde échangent régulièrement sur la cybersécurité.

**ina**

France Médias Monde et l'INA coopèrent en matière d'images d'archives, de conservation de programmes, de formations et d'achats communs.

#### LES COOPERATIONS ENTRE FRANCE MEDIAS MONDE ET L'INA

**Images d'archives :** Depuis 2021, l'INA est le fournisseur d'images d'archives des tranches d'information et du magazine *Vous êtes ici* de France 24.

**Conservation :** Une convention cadre signée en 2017 lie France Médias Monde et l'INA et formalise les conditions de versement et de conservation à des fins d'archivage des programmes sonores et audiovisuels de France 24 et de RFI (hors langues étrangères).

**Formations :**

- La formation de France Médias Monde « sécurité dans les zones de crise » qui profite à tout le secteur audiovisuel est inscrite au catalogue de formations de l'INA. En 2022, 21% du volume total des heures de formation ont été réalisées avec l'INA\*.

- France Médias Monde et l'INA sont partenaires dans le cadre de la Bourse Ghislaine Dupont et Claude Verlon (9<sup>ème</sup> édition en 2022), ouverte aux jeunes journalistes et techniciens radio en Afrique et qui permet au technicien lauréat d'être accueilli en formation intensive au sein du centre de formation de l'INA.

- L'INA est également partenaire du Prix organisé chaque année depuis 2017 par RFI Instrumental destiné aux professionnels ou passionnés de montage de musique à l'image.

\* Chiffres fournis par France Médias Monde

### 3. Les relations avec les autres organismes français du secteur des médias

Art. 44

France Médias Monde a poursuivi en 2022 ses partenariats avec d'autres organismes français du secteur des médias.

#### Collaborations éditoriales

France Médias Monde a développé des collaborations éditoriales avec Arte, Public Sénat et d'autres médias privés.

- **Arte France :** Les deux sociétés ont continué à coproduire des reportages long-format (« *Qatar : les travailleurs de l'ombre* » et « *Reporters : Disparaître sous les radars des algorithmes* »). Elles ont également poursuivi l'échange de leurs contenus en espagnol destinés à enrichir leurs sites internet respectifs ;
- **Public Sénat :** France 24 réalise l'émission hebdomadaire *Ici l'Europe* en partenariat avec Public Sénat ;

- **les médias privés** : Les médias de France Médias Monde nouent des partenariats avec des médias privés pour réaliser certaines de leurs émissions (*Eco d'ici*, *Eco d'ailleurs* avec Slate.fr et *Le regard du Monde Afrique* avec Le Monde). Leurs journalistes interviennent sur d'autres antennes pour apporter leur expertise internationale.

### Autres collaborations

France Médias Monde collabore également avec l'Agence France Presse (AFP), les sociétés de production d'autres médias privés :

- **l'Agence France Presse** : Un contrat lie France Médias Monde et l'AFP permettant l'utilisation de ses services et l'accès à son « fil info ». La Présidente-Directrice générale de France Médias Monde siège au Conseil d'administration de l'Agence France Presse ;
- **les sociétés de production** : Le groupe conclut des contrats d'achat de programmes ou de productions exécutives pour la fourniture de magazines diffusés sur ses antennes. Elle conclut également des contrats pour assurer certaines correspondances à l'étranger, notamment en Afrique et dans le monde arabe ;
- **les médias privés** : France Médias Monde travaille avec des médias privés en matière de publicité, pour la distribution de ses médias en Afrique et pour dispenser ses formations Sécurité.

## ENJEUX ET PERSPECTIVES

### Les coopérations entre les sociétés de l'audiovisuel public progressent peu et doivent encore être amplifiées.

L'autorité relève les collaborations entre les médias de France Médias Monde, France Télévisions et Radio France pour la couverture des grands événements internationaux. Elle appelle à une multiplication de ce type de collaborations à l'avenir, en tenant compte de leur intérêt éditorial. Par exemple, une ou plusieurs émissions communes (à l'instar des dispositifs des émissions *Planète Elysée 2022* et *Demain l'Europe*) pourraient être proposées pour la couverture des grands temps forts de la guerre en Ukraine alors que les antennes de franceinfo: et RFI ont chacune proposé des émissions spéciales délocalisées dans la région<sup>86</sup>.

Le conflit en Ukraine a en outre illustré l'utilité de certaines mutualisations avec France Télévisions (reprise de reportages de France 2), voire la mise en commun de moyens logistiques pour couvrir la crise. Elle a aussi montré l'avantage dont disposaient les concurrents de France Médias Monde, comme BBC World, qui bénéficient d'une mutualisation de leurs moyens avec ceux de leur chaîne-mère (site web, administration...).

<sup>86</sup> RFI à Varsovie le 23 juin 2022 ; franceinfo: à Kiev le 9 décembre 2022

Ainsi, les pistes de coopérations déjà avancées<sup>87</sup> méritent d'être davantage étudiées, comme la mise en commun de moyens dédiés à l'actualité internationale et la coordination des correspondants et envoyés spéciaux de France Médias Monde, Radio France et France Télévisions lorsque les circonstances le permettent.

**Sur le numérique et la lutte contre les infox en particulier, les coopérations pourraient être renforcées.**

Si la contribution de France Médias Monde à la chaîne d'information en continu franceinfo: est importante, il n'en va pas de même de l'offre numérique du même nom. Seuls quelques contenus du groupe, comme la chronique « *Info ou Intox* », y sont disponibles. Une mise à disposition plus importante des contenus des médias du groupe sur le site internet de franceinfo:, sur le modèle des collaborations qui existent avec les plateformes Radio France et TV5 Monde plus, pourrait permettre d'enrichir la proposition internationale de l'offre.

Une plus grande exposition des contenus des médias de France Médias Monde sur les environnements numériques des autres sociétés pourrait permettre d'en accroître la visibilité, la découvrabilité et ainsi la notoriété auprès du public français et international.

En ce sens, l'autorité sera attentive à la réflexion engagée en 2023 par les trois sociétés pour renforcer l'interopérabilité de leurs environnements numériques.

---

<sup>87</sup> Arcom, Bilan quadriennal de France médias Monde 2018-2021 ; Arcom, Rapport d'exécution du cahier des charges de France Médias Monde pour l'exercice 2021

## **IV. LES RELATIONS DE FRANCE MEDIAS MONDE AVEC L'AUTORITE DE REGULATION DE LA COMMUNICATION AUDIOVISUELLE ET NUMERIQUE**

### **A. Campagnes et actions**

#### **1. Protection des mineurs**

A circular icon with a dark blue background and a light blue triangle in the top right corner. The text "Art. 22" is written in white inside the circle.

##### **La campagne de sensibilisation à la protection du jeune public**


Cette campagne est prévue par l'article 6 de la recommandation du 7 juin 2005 aux éditeurs de services de télévision concernant la signalétique jeunesse et la classification des programmes.

Depuis 2011, l'Autorité a décidé d'y associer la campagne sur le dispositif de protection de l'enfance et de l'adolescence prévue au E du II de la délibération du 20 décembre 2011 relative à la protection du jeune public, à la déontologie et à l'accessibilité des programmes sur les services de médias audiovisuels à la demande.


La nouvelle campagne lancée en 2022 s'articule autour de trois spots donnant à voir trois groupes d'enfants et adolescents échanger ensemble, sans adultes, sur leur rapport aux images inadaptées à leur âge et notamment sur leurs ressentis lorsqu'ils y sont exposés. Ils traitent de différents sujets : la violence à l'écran (film des 8 - 10 ans), le conformisme des corps et des codes esthétiques féminins (film des 11 - 13 ans), l'impact des images pornographiques (film des 14 - 16 ans). Un spot radio a également été réalisé ainsi que trois tutoriels qui ont été publiés sur le site internet de l'Arcom et ses réseaux sociaux.

Les trois films devaient être diffusés par toutes les chaînes de télévision, en dehors des écrans publicitaires, pendant une période de trois semaines, du 20 novembre au 10 décembre 2022 inclus. S'ils le souhaitaient, les éditeurs pouvaient prolonger cette diffusion jusqu'au 31 décembre 2022. L'Autorité invitait les chaînes à privilégier des horaires assurant une exposition maximale et un visionnage conjoint par les parents et les enfants, c'est-à-dire entre 19 heures et 23 heures.

En outre, depuis 2014, sur la base du volontariat, de nombreuses stations de radio diffusent également la campagne. En 2022, les radios volontaires pouvaient donc diffuser le spot radio durant une semaine à compter du 20 novembre, à raison au moins d'une dizaine de diffusions sur chaque station, en privilégiant dans la mesure du possible les heures de grande écoute.

|   | Film Groupe 8-10     |                                   | Film Groupe 11-13    |                                   | Film Groupe 14-16    |                                   | Nombre total de diffusions |
|---|----------------------|-----------------------------------|----------------------|-----------------------------------|----------------------|-----------------------------------|----------------------------|
|   | Nombre de diffusions | Dont nombre de diffusions 19h-23h | Nombre de diffusions | Dont nombre de diffusions 19h-23h | Nombre de diffusions | Dont nombre de diffusions 19h-23h |                            |
|  | 81                   | 50                                | 83                   | 43                                | 87                   | 55                                | 251                        |

Source : Données déclarées par le groupe France Médias Monde

|   | Spot radio           |                                   | Nombre total de diffusions |
|---|----------------------|-----------------------------------|----------------------------|
|   | Nombre de diffusions | Dont nombre de diffusions 19h-23h |                            |
|  | 15                   | 1                                 | 15                         |

Source : Données déclarées par le groupe France Médias Monde

Conformément à la demande de l'Autorité, la chaîne France 24 a diffusé ces trois films durant trois semaines consécutives puis a prolongé volontairement cette diffusion jusqu'au 31 décembre 2022.

France 24 a assuré une bonne exposition de la campagne au regard du nombre de diffusions des trois films, avec un total de 251 diffusions. L'Autorité avait demandé aux chaînes de privilégier la diffusion des films entre 19 heures et 23 heures, demande qui a été globalement satisfaite par la chaîne du groupe.

En outre, le groupe a volontairement réalisé un total de 15 diffusions de la campagne sur l'antenne de RFI, du 20 novembre au 26 novembre 2022.

L'Autorité a également demandé aux groupes audiovisuels d'organiser la mise à disposition de cette campagne, à la même période, sur tous leurs services de télévision de rattrapage et de vidéos à la demande. Les trois films devaient être proposés sur chaque service, en veillant à assurer une visibilité importante auprès du public et en privilégiant une insertion en début des flux vidéo (en pré-roll). Lorsque le service ne permettait pas cette insertion sur le plan technique, il était demandé aux groupes audiovisuels de favoriser une exposition

de la campagne sur leur page d'accueil. En outre, il leur était demandé d'insérer, à la fin des films mis à disposition sur internet, un lien actif renvoyant directement sur le site de l'Autorité : « <https://www.arcom.fr> ».

En mettant à disposition les films de la campagne sur les sites web et les applications de RFI et France 24 entre le 20 novembre et le 31 décembre 2022, le groupe a permis une exposition correcte de la campagne dont la mise en œuvre est détaillée en annexe (données déclarées par l'éditeur).


### La campagne « Enfants et écrans »

Cette campagne est prévue par la délibération du 22 juillet 2008 visant à protéger les enfants de moins de trois ans des effets de la télévision, en particulier des services présentés comme spécifiquement conçus pour eux. L'Autorité a souhaité également qu'elle porte sur la protection des enfants de plus de 3 ans, dans un souci de prodiguer au public des conseils d'usage des écrans par les enfants plus âgés.

Les éditeurs sont tenus de diffuser, sous la forme de leur choix (messages, reportages, sujets dans les journaux télévisés, émissions, etc.), les informations mises à leur disposition par l'Autorité, notamment sur son site internet, et visant à sensibiliser le public aux risques liés à l'exposition des jeunes enfants aux écrans.

En 2019, afin d'accroître la visibilité de la campagne, l'Autorité a décidé d'en porter la durée, jusqu'alors de trois jours consécutifs, à quatre jours consécutifs. A cette même fin, elle a également ouvert aux éditeurs la possibilité d'une rediffusion ponctuelle de la campagne à d'autres périodes de l'année que celle fixée pour sa diffusion obligatoire.

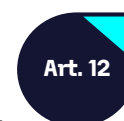
Cette campagne devait être diffusée du 8 juillet au 11 juillet 2022, pendant les heures de grande écoute, ce que le groupe déclare avoir fait.

| Chaîne / antenne  | Nombre de diffusions |
|---|----------------------|
|  | 41                   |

Source : Données déclarées par le groupe France Médias Monde.

Le groupe France Médias Monde a assuré une exposition globalement satisfaisante de la campagne sur France 24.

## 2. Education aux médias et à l'information



L'Arcom note que France Médias Monde a poursuivi son engagement en faveur de l'éducation aux médias et à l'information (EMI) sur l'ensemble de ses antennes et sur le terrain, aussi bien en France qu'à l'international, grâce à la forte mobilisation de ses rédactions.



Elle salue l'implication du groupe qui est parvenu avec l'aide de sa filiale (CFI) et de ses partenaires (le CLEMI, l'Agence pour l'enseignement français à l'étranger (AEFE), le Centre d'Études et de Formation en Partenariat avec les Entreprises et les Professions (CEFPEP), l'Agence Française pour le Développement (AFD), etc.) à intensifier et diversifier ses actions en la matière : participation à la « Semaine de la presse et des médias dans l'école », à des séminaires de formation des enseignants, développement du projet « Désinfox Tchad », etc.

Par ailleurs, si l'Autorité relève que France Médias Monde continue d'offrir des contenus diversifiés en faveur de la lutte contre la désinformation, elle note avec satisfaction l'élargissement de ses actions d'EMI autour de thématiques telles que l'environnement, la sexualité, etc.

Enfin, elle encourage le groupe d'une part, à développer plus d'actions à l'attention des publics adultes (ex : parents, encadrants, séniors) et, d'autre part, à mettre en place des opérations périodiques de mesure de la pertinence des ressources produites.

Il faut noter qu'au titre de sa déclaration de performance extra-financière, France Médias Monde calcule le nombre d'élèves bénéficiaires des échanges en matière d'éducation aux médias et à l'information avec des journalistes et techniciens de France Médias Monde. En 2022, celui-ci était évalué à plus de 1900<sup>88</sup>.

### 3. Santé

Art. 25

Conformément aux obligations figurant dans le cahier des charges de France Médias Monde, les antennes de France 24 et RFI ont consacré en 2022 plusieurs programmes à la lutte contre le dopage et à la protection des sportifs.

A titre d'exemple, l'émission *Radio Foot Internationale*, diffusée sur RFI le 3 janvier 2022, a longuement abordé la suspension pour dopage du gardien de la sélection ivoirienne de football, en présence d'un médecin du sport, sollicité pour présenter les effets du produit mis en cause. En ce qui concerne France 24, la chaîne a consacré un long reportage, le 24 novembre 2022, à la lutte contre le dopage en Colombie, notamment dans le milieu cycliste. Le sujet documentait le travail des autorités de contrôle, mais exposait également la pression exercée par l'entourage de certains coureurs afin qu'ils utilisent des substances interdites.

### 4. Egalité et diversité

Art. 23

#### Les droits des femmes

En 2022, la représentation des femmes demeure majoritaire sur l'antenne de France 24 (55 %) et est stable sur celle de RFI (39 %). Sur les deux mois « test » de l'Arcom, la part des expertes a augmenté sur France 24 (39 % soit + 7 points) et est restée stable à 36 % sur RFI. En revanche, sur cette période, la part des invitées politiques a fortement diminué

<sup>88</sup> France Médias Monde, Déclaration de performance extra-financière 2022, Indicateur 5.1.

sur France 24 (17 % soit - 16 points). Il convient toutefois de souligner que celle-ci remonte à 26 % lorsqu'on apprécie les résultats sur l'ensemble de l'année. Le temps de parole des femmes, calculé automatiquement par l'INA sur l'ensemble des émissions, atteignait 45 % sur France 24 et 38 % sur RFI en 2022, des résultats supérieurs à la moyenne des services de télévision et de radio (36 %).

Concernant l'offre éditoriale, les chaînes du groupe ont proposé davantage de programmes luttant contre les préjugés sexistes et les violences faites aux femmes qu'en 2021 (France 24 : 293 sujets contre 230 en 2021 et RFI : 555 sujets contre 485 en 2021).

Enfin, l'Arcom salue la mobilisation du groupe en matière d'égalité entre les femmes et les hommes derrière la caméra.

### **La lutte contre les discriminations et la représentation de la diversité à l'antenne**

En matière de cohésion sociale, les chaînes du groupe France Médias Monde unissent leurs efforts pour encourager une juste représentation de la société et la lutte contre toutes formes de discrimination.

L'année 2022 a notamment été marquée par une augmentation du nombre de sujets autour de la représentation du handicap à travers des programmes s'attachant à le présenter de manière positive et inclusive. Ainsi, 88 sujets ou émissions ont été consacrés au handicap sur l'antenne de RFI en français pour l'année 2022, notamment dans les émissions *Priorité Santé* et *8 milliards de voisins* mais également dans de nombreux reportages ; sur France 24, 27 sujets ont abordé cette question en français notamment dans l'émission *Les Observateurs*.

Fort de son impact international sur ces enjeux de cohésion sociale, le groupe s'est particulièrement investi dans la lutte contre les discriminations envers les personnes LGBT+ dans la mesure où une part de son audience est réalisée dans des pays où l'homosexualité demeure criminalisée, parfois passible de la peine de mort.

Outre ses nombreuses initiatives pour représenter l'ensemble de la société sur ses antennes, le groupe poursuit une politique de ressources humaines riche, ponctuée par des actions de sensibilisation auprès des collaborateurs (ex : le « Duoday » ; de nombreuses formations au management de la différence, etc.) ou en faveur de l'inclusion des populations les plus fragiles à travers le financement de projets associatifs tels que *Filme ton quartier*.

Le bilan des réalisations du groupe recensant l'ensemble de ses actions en matière de représentation de la société française figure en annexe.

## **5. Accessibilité**

En 2022, l'antenne de France 24 en français a proposé quotidiennement trois éditions d'information sous-titrées à destination des personnes sourdes ou malentendantes : les journaux de 10h, 17h, ainsi que le *Journal de l'Afrique* à 22h45 en

semaine et celui de 22h les samedis et dimanches. Près de 548 heures de programmes ont ainsi été rendues accessibles.

Par ailleurs, l'antenne de France 24 en anglais a également proposé un programme sous-titré par jour à destination des personnes sourdes ou malentendantes.

Enfin, l'Arcom note avec satisfaction que les environnements numériques de France 24 permettent un accès simple au dernier journal accessible en date, tant en français qu'en langue anglaise.

## 6. Pluralisme

Art. 19

6.1. Election du Président de la République des 10 et 24 avril 2022 (Recommandation n° 2021-03 du 6 octobre 2021 du Conseil supérieur de l'audiovisuel aux services de communication audiovisuelle en vue de l'élection du Président de la République)

Premier tour de l'élection présidentielle

**Première période du 1<sup>er</sup> janvier au 7 mars 2022 application du principe d'équité des temps de parole et des temps d'antenne :**



Sur RFI, l'Arcom a noté une persistance de la sous-représentation en temps de parole et d'antenne de Jean Luc Mélenchon et de Valérie Pécresse.



Sur France 24, l'Arcom a noté une persistance de la sous-représentation en temps de parole et d'antenne de Valérie Pécresse et de Marine Le Pen.

**Deuxième période du 8 au 27 mars 2022 application du principe d'équité des temps de parole et des temps d'antenne dans des conditions de programmation comparables :**



Sur RFI, l'Arcom a constaté dans la tranche 6h-9h la surexposition en temps de parole et d'antenne d'Anne Hidalgo, Marine Le Pen et Jean-Luc Mélenchon ainsi que la sous-représentation en temps de parole et d'antenne d'Emmanuel Macron et Valérie Pécresse.

Dans la tranche 9h-18h, l'Arcom a relevé une surexposition en temps de parole et d'antenne de Marine Le Pen et Jean-Luc Mélenchon ainsi qu'une sous-représentation en temps de parole et d'antenne d'Emmanuel Macron et Fabien Roussel.

Dans la tranche 18h-0h, l'Arcom a noté la surexposition en temps de parole et d'antenne de Yannick Jadot ainsi que la sous-représentation en temps de parole et d'antenne d'Emmanuel Macron et Valérie Pécresse.

Dans la tranche 0h-6h, l'Arcom a observé la surexposition en temps de parole et d'antenne de Yannick Jadot, en temps de parole d'Anne Hidalgo ainsi que la sous-représentation en temps de parole et d'antenne de Valérie Pécresse et en temps de parole d'Emmanuel Macron.



Sur France 24, l'Arcom a observé dans la tranche 6h-9h une sous-représentation en temps d'antenne de Valérie Pécresse, en temps de parole d'Emmanuel Macron ainsi qu'en temps de parole et d'antenne de Marine Le Pen. Elle a noté une surexposition en temps de parole et d'antenne de Jean-Luc Mélenchon.

Dans la tranche 9h-18h, l'Arcom a relevé une forte surexposition en temps d'antenne d'Emmanuel Macron ainsi qu'une sous-représentation en temps de parole et d'antenne de Valérie Pécresse et en temps d'antenne d'Anne Hidalgo.

Dans la tranche 18h-0h, l'Arcom a observé la surexposition en temps de parole et d'antenne de Yannick Jadot et en temps d'antenne de Jean-Luc Mélenchon ainsi que la sous-représentation en temps de parole et d'antenne d'Emmanuel Macron et Valérie Pécresse.

Dans la tranche 0h-6h, l'Arcom a relevé l'absence de temps de parole de Jean-Luc Mélenchon, Eric Zemmour et Philippe Poutou. Elle a également constaté la forte surexposition en temps de parole et d'antenne d'Emmanuel Macron ainsi qu'une sous-représentation en temps d'antenne de Jean Luc Mélenchon et Valérie Pécresse.

---

L'Arcom a appelé fermement l'attention de RFI et France 24 contre le renouvellement de tels manquements et a demandé, dans la période en cours, de veiller à une stricte application de l'égalité des temps de parole et des temps d'antenne entre tous les candidats et dans chacune des tranches horaires.

**Troisième période du 28 mars au 8 avril application du principe d'égalité des temps de parole et des temps d'antenne dans des conditions de programmation comparables :**



Sur RFI, l'Arcom a noté avec satisfaction que le principe d'égalité des temps de parole et d'antenne avait été bien respecté dans la tranche 6h-9h. Dans les autres tranches, elle a observé un respect global de la règle de l'égalité dans les temps d'antenne mais a relevé néanmoins quelques écarts affectant les temps de parole consacrés aux différents candidats.



Sur France 24, l'Arcom a noté avec satisfaction que le principe d'égalité des temps de parole et d'antenne avait été bien respecté dans les tranches 6h-9h et 9h-18h. Dans les tranches 18h-0h et 0h-6h, l'autorité a constaté un respect global du principe d'égalité des temps de parole et d'antenne.

#### Second tour de l'élection présidentielle

**Période du 11 au 22 avril 2022, application du principe d'égalité dans des conditions de programmation comparables :**



L'Arcom a noté avec satisfaction les efforts importants de RFI et France 24 pour assurer le strict respect du principe d'égalité en temps de parole et d'antenne dans les différentes tranches horaires.

6.2. Elections législatives des 12 et 19 juin 2022 (Recommandation n° 2022-05 du 30 mars 2022 de l'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique aux services de radio et de télévision relative aux élections législatives des 12 et 19 juin 2022)

#### Premier tour des élections législatives (période du 2 mai au 10 juin 2022) :



Sur RFI, l'Arcom a observé, en ce qui concerne le traitement éditorial de l'actualité nationale, une surexposition d'Europe Ecologie-les Verts.



Sur France 24, l'Arcom a relevé que le principe d'équité avait été globalement respecté.

#### Second tour des élections (période du 13 au 17 juin 2022) :



L'Arcom a noté l'implication de France 24 et de RFI pour assurer le respect principe d'équité au niveau national ainsi que dans les différentes circonscriptions ouvertes. Elle a constaté avec satisfaction que le principe d'équité avait été globalement respecté.

## **B. Interventions de l'Arcom auprès de France Médias Monde**

Art. 20

Au cours de l'exercice 2022, on ne relève pas d'intervention de l'Autorité auprès de France Médias Monde.

## **C. Le Comité relatif à l'Honnêteté, à l'indépendance et au pluralisme de l'information et des programmes de France Médias Monde**

Art. 20-1

Au cours de l'exercice 2022, le comité s'est réuni deux fois, en février et en décembre. Le 14 février 2022, le comité a été saisi pour avis par la présidence du groupe sur « *le projet de document-cadre rappelant les règles et recommandations relatives aux collaborations et activités extérieures des journalistes de France Médias Monde* » : le comité a considéré que les dispositions du document-cadre, « *fruit d'une concertation entre (...) les SDJ de RFI et France24, DRH, Médiateur et Présidence de France Médias Monde* », étaient de nature à répondre aux questions éthiques et a émis un avis favorable à la mise en place de la « *commission déontologique, interne et transverse* ». Cette commission est appelée à se réunir au moins deux fois par an.

Par ailleurs, un salarié a été désigné par le groupe afin d'assister le comité dans son fonctionnement administratif et technique.

## **ANNEXE 1**

Tableau récapitulatif du respect des obligations de France Médias Monde en  
exécution de son cahier des charges pour l'exercice 2022

| <b>Cahier des charges de France Médias Monde</b>   |   |  |
|--|---|--|
| <b>Chapitre 1er : Une offre à destination d'un public international</b>  |   |  |
| <b>N° article</b>  | <b>Thématique</b>   | <b>Commentaire ou renvoi fiche correspondante</b>  |
| 1  | Objectifs de l'offre de services  | <i>Les services</i><br><br>Les services linéaires et en ligne de France Médias Monde répondent aux objectifs du cahier des charges.  |
| 2  | Identité éditoriale des services de communication audiovisuelle         |  |
| 3  | Une offre enrichie par des services de communication au public en ligne |  |
| 4  | Abrogé  |  |
| 5  | Respect du pluralisme et de la diversité des programmes                 | <i>Pluralisme</i>  |
| 6  | Promotion des services et des programmes                                | France Médias Monde déclare que ses services assurent des campagnes d'autopromotion et de promotion croisée de leurs programmes.<br><br>Les chaînes produisent et diffusent sur leurs antennes respectives des bandes annonces informant leurs auditeurs et téléspectateurs, dans différentes langues, des contenus diffusés sur leurs antennes ainsi que des horaires de diffusion selon les différents bassins d'audience.<br><br>Elle indique que toutes les campagnes de promotion et d'autopromotion menées sur les antennes sont reprises sur les environnements numériques du groupe et que des spots spécifiques peuvent être conçus pour les réseaux sociaux.   |
| 7  | Diffusion et distribution des services                                  | <i>La distribution et les audiences</i>  |
| 8  | Programmation et horaires adaptés au rythme des publics ciblés          | France Médias Monde indique développer une stratégie de proximité pour adapter sa programmation et ses horaires au rythme des publics ciblés. Elle se fonde sur : <ul style="list-style-type: none"> <li>- La localisation de certaines rédactions en langues étrangères dans leur bassin de diffusion (RFI en roumain à Bucarest, RFI en khmer à Phnom Penh, RFI en haoussa à Lagos, RFI en kiswahili à Nairobi, RFI en fulfulde et en mandenkan à Dakar et France 24 en espagnol à Bogota) ;</li> <li>- Les différents départs de signaux à destination des différents publics avec des décrochages locaux (5 signaux pour France 24 avec des décrochages publicitaires différents pour le signal français et 42 départs d'antennes différents pour RFI).</li> </ul><br>Elle déclare rendre publiques la structure de la grille et ses évolutions. En accord avec l'Arcom, les médias peuvent fournir à la demande de l'Autorité de régulation et de manière ponctuelle les programmes diffusés jusqu'à trois mois après leur diffusion. |
| <b>Chapitre 2 : Une programmation au service de la diversité culturelle assurant la promotion des valeurs démocratiques et républicaines au niveau mondial</b> |   |  |
| 9  | Développer une vision française sur l'actualité internationale          | <i>L'information</i>   |
| 10   | Promouvoir les valeurs démocratiques et républicaines                   | <i>La promotion des valeurs démocratiques et républicaines</i>   |



|   |   |  |
|---|---|--|
| 11  | Faciliter la compréhension des questions économiques et sociales                                      | <i>L'information</i>   |
| 12  | Accès à la connaissance et au savoir  | <p><i>Education aux médias et à l'information</i></p> <p>Au-delà de l'éducation aux médias et à l'information, les médias de France Médias Monde diffusent des programmes pour développer les connaissances du public sur la science et la recherche, l'éducation au développement durable (<i>Elément Terre</i> sur France 24, <i>C'est dans ta nature</i> sur RFI, <i>L'environnement à portée de tous</i> sur MCD) et les sciences humaines (<i>La Marche du Monde</i>, <i>Idées</i> et <i>Philosophes d'Afrique</i>, <i> penseurs du monde</i> sur RFI).</p> <p>« RFI Connaissances » propose de nombreux contenus destinés à donner accès à la connaissance et au savoir.</p> |
| 13  | Promouvoir la diversité culturelle et les cultures française et francophone                           | <i>La culture et la musique</i>  |
| 14  | Production et diffusion d'œuvres cinématographiques et audiovisuelles                                 | <p>France Médias Monde indique respecter ses obligations et communiquer à l'autorité la part de la programmation de ses services de télévisions consacrée à la diffusion d'œuvres audiovisuelles.</p> <p>Ses services de télévision :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- N'ont pas diffusé d'œuvres cinématographiques en 2022 ;</li> <li>- Ont diffusé moins de 20 % d'œuvres audiovisuelles : En 2022, elles ont représenté 6 % de la programmation de France 24 en français ; 6,4 % de celle de France 24 en anglais ; 8,6 % de celle France 24 en arabe et 9,1 % de celle de France 24 en espagnol.</li> </ul>   |
| 15  | Programmation musicale des services de radio  | <i>La culture et la musique</i>  |
| 16  | Multilinguisme  | <i>La promotion de la langue française et le multilinguisme</i>  |
| 17  | Développer l'usage et l'apprentissage de la langue française  | <i>La promotion de la langue française et le multilinguisme</i>  |
| 18  | La recherche de la satisfaction des publics visés   | <i>La distribution et les audiences</i>  |
| <b>Chapitre 3 : Une offre de services citoyens édités dans le respect des règles de déontologie</b> |   |  |
| 19  | Respect de l'expression pluraliste des courants de pensée et d'opinion                                | <p><i>Pluralisme</i></p> <p><i>Interventions de l'autorité auprès de France Médias Monde</i></p>   |
| 20  | Honnêteté de l'information et des programmes  | <i>Interventions de l'autorité auprès de France Médias Monde</i>   |
| 20-1  | Le comité relatif à l'honnêteté, à l'indépendance et au pluralisme de l'information et des programmes | <i>Le comité relatif à l'honnêteté, à l'indépendance et au pluralisme de l'information et des programmes</i>   |
| 21  | Droits de la personne   | <p>France Médias Monde déclare qu'elle consacre l'un des chapitres de sa Charte de déontologie au respect des droits de la personne.</p> <p>Le groupe se montre vigilant quant au respect des règles encadrant la protection des données personnelles des utilisateurs de ses environnements numériques.</p> <p>La politique de gouvernance des données personnelles, menée par la déléguée à la protection des données et articulée autour d'un réseau de référentes et de référents</p>  |

|    |   |   |
|----|---|---|
|    |   | <p>RGPD mis en place depuis 2021, s'est poursuivie en 2022. Ce comité des référents RGPD s'est réuni à deux reprises en 2022 pour veiller au bon niveau de conformité de France Médias Monde à la réglementation en vigueur. Auditée, France 24 a obtenu en 2022 la note maximale A pour la conformité du site France 24 en français à la réglementation en matière de cookies et autres traceurs. RFI a obtenu la note B et le problème identifié ne permettant pas d'atteindre la note maximale a été résolu au début de l'année 2023.</p> <p>France Médias Monde s'efforce également de protéger ses journalistes contre la haine en ligne et les contenus illicites. La société a rédigé en 2021 un « <i>Guide à l'attention des journalistes pour se protéger contre la haine en ligne et les contenus illicites sur le numérique</i> ». Celui-ci est compilé dans un recueil des textes définissant le cadre éditorial de France Médias Monde en matière de déontologie, de lutte contre la corruption et de sûreté pour l'activité des journalistes, également consultable sur l'intranet du groupe.</p> |
| 22 | Protection des mineurs  | <i>Protection des mineurs</i><br><i>Interventions de l'autorité auprès de France Médias Monde</i>   |
| 23 | Lutte contre les discriminations et représentation de la diversité à l'antenne      | <i>Egalité et diversité</i><br><i>Interventions de l'autorité auprès de France Médias Monde</i>   |
| 24 | Favoriser l'accès des programmes aux personnes handicapées                          | <i>Egalité et diversité</i><br><i>Accessibilité</i>   |
| 25 | Promotion de la protection de la santé des sportifs et de la lutte contre le dopage | Les antennes et services numériques de France Médias Monde ont contribué à la promotion de la protection de la santé des sportifs et de la lutte contre le dopage en 2022. Par exemple, France 24 a proposé une enquête sur la thématique du dopage dans les compétitions cyclistes en Colombie « <i>La Colombie championne du dopage ?</i> », diffusée en français et en espagnol, sur les antennes et sur le numérique. Sur RFI, une chronique hebdomadaire présentée par un médecin du sport dans l'émission <i>Priorité Santé</i> a abordé chaque semaine un enjeu lié au sport et à la santé.  |
| 26 | Prescriptions relatives à la défense nationale                                      | France Médias Monde indique qu'il n'y a pas eu de demande d'application de textes relatifs à la défense nationale et à la sécurité de la population en 2022.  |
| 27 | Interdiction de financement par certaines organisations                             | France Médias Monde indique veiller au respect de ses obligations et être vigilante pour éviter que des partis politiques, des organisations syndicales ou professionnelles, ou des familles de pensée politiques, philosophiques ou religieuses financent des émissions et messages publicitaires.   |
| 28 | Communication au Gouvernement   | France Médias Monde indique qu'il n'y a pas eu en 2022 de demande de communication du Gouvernement au sens entendu par l'article 54 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986.  |
| 29 | Consultations électorales   | <i>Pluralisme</i><br>France Médias Monde déclare que l'élection présidentielle et les élections législatives ont fait l'objet d'une campagne officielle radiotélévisée sur les services en langue française de RFI et de France 24, qui ont diffusé les émissions dédiées dans le respect des règles définies par l'Arcom.  |
| 30 | Expression des formations politiques  | France Médias Monde déclare ne pas avoir programmé au cours de l'année 2022 des émissions consacrées à l'expression directe des formations politiques représentées par un groupe dans l'une ou l'autre des assemblées du  |

|  |  |   |
|--|--|---|
|  |  | Parlement, n'étant pas visée par la décision n° 2019-423 du 25 septembre 2019 ni par la décision n°2020-281 du 25 mars 2020 portant abrogation partielle de la décision du 6 novembre 2019 du Conseil supérieur de l'Audiovisuel.   |
| 31   | Droit de grève et continuité du service public | <p>France Médias Monde déclare que plusieurs préavis de grève ont été déposés au cours de l'année 2022.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- L'ensemble des organisations syndicales du groupe (CGT, CFDT, CFTC, FO) ont déposé un préavis de grève qui a débuté le 28 juin à minuit et s'est terminé le 29 juin à 7h en lien avec la réforme du financement de l'audiovisuel public. Il a été suivi par 153 personnels avec un impact de l'ordre de 0 à 70 % selon les antennes et les deux journées. France 24 a été la plus impactée (70 % le 29 juin) ;</li> <li>- Trois préavis ont été déposés à l'occasion de journées de mobilisation nationale (le 27 janvier, le 29 septembre et le 10 novembre). Ils ont été suivis par, respectivement, 11, 88 et 41 personnels avec un impact de l'ordre de 0 à 39 % selon les jours et les antennes. RFI a été la plus impactée (39 % le 29 et 30 septembre).</li> </ul> <p>La continuité du service a toujours été assuré.</p> |
| 32   | Campagne d'information                         | France Médias Monde déclare qu'au regard du contexte pandémique qui a perduré en 2022, les antennes du groupe ont continué de diffuser les messages d'alerte sanitaire émis par le ministère chargé de la santé dans le cadre de l'article 16-1 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986, notamment concernant les gestes barrières à appliquer face au virus, ainsi que sur la promotion de la vaccination.   |
| 33   | Grande cause nationale                         | France Médias Monde indique que ses médias ont poursuivi leur mobilisation en 2022 pour promouvoir l'égalité entre les femmes et les hommes, la grande cause nationale du Président de la République, et que le groupe porte également parmi ses priorités tout au long de l'année.<br><i>Egalité et diversité</i>  |
| <b>Chapitre 4 : Publicité, parrainage et téléachat et placement de produit</b> |  |   |
| 34   | La publicité télévisée                         | France Médias Monde déclare que la moyenne quotidienne totale de publicité sur l'antenne de France 24 en Français a été de 1 minute et 10 secondes par heure d'horloge donnée. Sur les 3 décrochages publicitaires de France 24 Monde (Monde, Europe et Afrique) elle a été de 1 minute et 9 secondes à 1 minute et 11 secondes. Elle n'a pas dépassé le volume maximum autorisé.   |
| 35   | La publicité radiophonique                     | France Médias Monde indique qu'en 2022, la moyenne quotidienne totale de publicité et parrainage sur les antennes de RFI a été de 9 minutes. MCD a surtout diffusé des campagnes de partenariats, le marché publicitaire arabophone étant fermé aux médias occidentaux publics.   |
| 36   | Les tarifs publicitaires                       | <p>France Médias Monde déclare qu'en 2022, les tarifs publicitaires des médias de la société ont été disponibles sur le site internet de RFI publicité pour la publicité radiophonique sur RFI et sur le site internet de France Télévisions Publicité et Canal+ Advertising pour la publicité sur France 24 et MCD.</p> <p>Les campagnes d'intérêt général ont bénéficié d'un traitement spécifique selon la chaîne et la période de communication. En 2022, un grand nombre de campagnes</p>  |

|  |   |  |
|--|---|--|
|  |   | de prévention et d'appels aux dons ont été diffusées gracieusement sur les antennes des trois médias, parmi lesquels Pasteurdon, Sidaction, Reporters sans frontières.   |
| 37   | La limitation du montant des recettes provenant d'un même annonceur | France Médias Monde déclare que le plafond de 20 % des recettes définitives annuelles provenant d'un même annonceur a été respecté en 2022 par RFI et France 24.<br><br>Elle indique qu'en raison de freins à la commercialisation d'espaces publicitaires sur MCD (contexte géopolitique, maturité du marché publicitaire et contexte économique et financier des pays de sa zone de distribution), seules des campagnes d'échanges de visibilité et de marchandises ont été diffusées sur l'antenne de MCD.  |
| 38   | Le parrainage télévisé  | France Médias Monde indique que France 24 a poursuivi sa politique de parrainage de ses émissions en 2022, à l'exception de celles d'information politique, de débats politiques et de ses journaux d'information conformément à ses obligations. Elle fournit à l'autorité la liste détaillée de ses parrainages.   |
| 39   | Le parrainage radiophonique   | France Médias Monde indique que RFI a diffusé plusieurs parrainages de ses émissions dont elle fournit la liste, en 2022. Aucune émission d'information politique, de débats politiques et de journaux d'information n'a été parrainée.<br><br>France Médias Monde indique que, dans sa politique de parrainage, RFI a veillé à respecter la « Charte du CSA visant à promouvoir une alimentation et des comportements favorables à la santé dans les programmes audiovisuels et les publicités (2020-2024) » que la radio a rejointe en 2020.<br><br>La durée moyenne quotidienne du parrainage a été de 58 secondes sur RFI. |
| 40   | Le téléachat  | France Médias Monde indique que ses médias ne diffusent pas de téléachat.  |
| 41   | Le placement de produit   | France Médias Monde déclare que France 24 veille strictement au respect de ses obligations en matière de placement de produit.   |
| <b>Chapitre 5. Partenariats et obligations relatives aux relations extérieures</b> |   |  |
| 42   | Relations avec les autres sociétés nationales de programme          | <i>Les relations avec les sociétés nationales de programme</i>   |
| 42-1   | Relations avec TV5Monde   | <i>Les relations avec TV5Monde et l'INA</i>  |
| 43   | Relations avec l'INA  | <i>Les relations avec TV5Monde et l'INA</i>  |
| 43-1   | Les relations avec France Télévisions et la chaîne d'information    | <i>Les relations avec les sociétés nationales de programme</i>   |
| 44   | Relations avec les autres organismes français du secteur des médias | <i>Les relations avec les autres organismes français du secteur des médias</i>   |
| 45   | Obligations relatives aux relations extérieures                     | <i>Les relations extérieures</i>   |
| 46   | Relations avec CFI  | <i>Les relations extérieures</i>   |
| 47   | Relations avec les organismes étrangers du secteur des médias       | <i>Les relations extérieures</i>   |
| 48   | Action culturelle de coopération                                    | <i>Les relations extérieures</i>   |
| 49   | Autres partenariats   | France Médias Monde déclare qu'elle s'associe à de nombreux acteurs, tant institutionnels (ministères, organismes publics, etc.) que privés ou du monde  |

|  |  |   |
|--|--|---|
|  |  | <p>associatif, à travers une politique active de partenariats déployée en France et à l'international.</p> <p>Elle collabore notamment avec le ministère de l'Education nationale et de la Jeunesse, avec le CLEMI, avec le réseau Canopé, ou encore avec le Centre d'Études et de Formation en Partenariat avec les Entreprises et les Professions (CEFPEP) en matière d'éducation aux médias.</p> <p>Dans le cadre du développement de sa mission d'aide au développement, France Médias Monde entretient des relations avec l'Agence française de développement (AFD), qui cofinance le déploiement d'Afri'Kibaaru pour renforcer les offres en langues africaines de RFI depuis 2020.</p> |
|--|--|---|

Données transmises par France médias Monde dans son rapport d'exécution du cahier des charges pour l'exercice 2022

## ANNEXE 2

Diffusion de la campagne de sensibilisation à la protection du jeune public sur  
le(s) service(s) de médias audiovisuels à la demande du groupe en 2022  
(données déclarées par le groupe France Médias Monde)

|  |   |
|--|---|
| <b>Nom du service</b>  | Sites Web, Web mobile et appli. de RFI et France 24 : <a href="http://www.france24.com/fr/">www.france24.com/fr/</a> et <a href="http://www.rfi.fr">www.rfi.fr</a>                                  |
| Nature du service (télévision de rattrapage, service de vidéo à la demande, etc.)              | Site / Live / Vidéos à la demande   |
| Date de début de la mise à disposition   | 20 novembre 2022  |
| Date de fin de la mise à disposition   | 31 décembre 2022  |
| Mode(s) de mise à disposition choisi(s) : en pré-roll (comme demandé) et/ou autre (à préciser) | Formats : pré-roll, Inread et display (pavé vidéo 300x250), Ips France<br>(Diffusion sur inventaires pub. invendus)   |
| Inclusion d'un lien cliquable vers le site de l'Arcom (oui/non)                                | Oui   |
| Emplacement dans le catalogue (ex : page d'accueil, rubrique(s) particulière(s), etc.)         | Pré-roll vidéo sur le live et sur l'OD F24 ; vidéo outstream en cœur d'article sur RFI et F24, ainsi que pavé vidéo en rotation générale sur RFI  |
| Nombre total de vues des films <sup>89</sup>   | <b>406 869 impressions</b>  |
| Nombre de vues du film 8-10 ans  | 132 496 impressions   |
| Nombre de vues du film 11-13 ans   | 142 012 impressions   |
| Nombre de vues du film 14-16 ans   | 132 361 impressions   |
| Remarques  | Taux de clics global = 0.42% (1 704 clics)<br><br>Taux de complétion pré-roll vidéo = 92.56%<br><br>Taux de complétion vidéo outstream = 52.6%<br><br>Taux de complétion pavé vidéo 300x250 = 44.3% |

<sup>89</sup> Il s'agit du nombre de visionnages effectifs, dans la mesure où ce chiffre peut être connu.

### ANNEXE 3

#### Bilan des engagements « diversité » du groupe France Médias Monde

| Chaîne | Types d'engagement | Détails de l'engagement  | Réalisation selon l'éditeur | Commentaires de l'éditeur  |
|--------|--------------------|--|-----------------------------|--|
| RFI    | Programmation      | - Consacrer au moins six programmes par trimestre (+2 vs 2021) à des thèmes relatifs au handicap sur l'antenne de RFI en français (émission « Priorité Santé » ou « 7 Milliards de Voisins » notamment ou sujets d'information). En lien avec les objectifs de la « Charte relative à la représentation des personnes handicapées et du handicap dans les médias audiovisuels », ces programmes s'attachent, dans la mesure du possible, à valoriser les parcours individuels des personnes handicapées, à prendre en compte la diversité des handicaps à l'antenne et à aborder les handicaps quels que soient les stades de la vie, y compris lorsqu'ils concernent la petite enfance. | Oui                         | <p>Conscient du rôle majeur joué par les médias pour changer le regard sur le handicap, RFI traite régulièrement de ce thème sur ses antennes en s'attachant à le présenter de manière positive et inclusive et à ne pas assigner les personnes invitées à leur handicap.</p> <p><b>Plus de 80 sujets ou émissions ont ainsi été consacrés au handicap sur l'antenne de RFI en français pour l'année 2022</b>, notamment dans les émissions « Priorité Santé » et « 8 milliards de voisins » mais aussi dans les reportages (« Reportage France », « Reportage Afrique », « Reportage International ») ou encore les rendez-vous d'actualité : « Débat du jour » et « Invité du matin », « Invité France » et « Invité International ».</p> <p>De plus, RFI s'est mobilisé dans le cadre de l'opération « Jouons Ensemble », organisée à l'initiative de l'Arcom en partenariat avec le Ministère des Sports et des Jeux Olympiques, le Ministère délégué chargée des Personnes handicapées et le Comité Paralympique et Sportif Français pour mettre à l'honneur le parasport (du 14 au 20 novembre 2022), par ailleurs médiatisé tout au long de l'année sur l'antenne.</p> <p>RFI s'est également mobilisé autour de toutes les Journées spéciales visant à sensibiliser sur les handicaps (cf. point suivant).</p> <p><b>La liste de l'ensemble des émissions et sujets relatifs au handicap proposés en 2022 et diffusés sur l'antenne en français de RFI en français a été communiquée à l'Arcom.</b> A noter que ce recensement ne prend pas en compte les sujets diffusés sur les antennes en langues étrangères, ni ceux conçus spécifiquement pour le web.</p> |

|     |               |   |     |  |
|-----|---------------|---|-----|--|
| RFI | Programmation | <p>- Proposer un traitement éditorial autour des journées de mobilisation sur les thématiques en lien avec la diversité (Journée internationale de la lutte contre l'homophobie, Journée internationale du handicap, par exemple) avec le souci de prendre en compte cette problématique sous un angle international.</p> | Oui | <p><b>RFI se mobilise à l'occasion de journées mondiales permettant de lutter contre les discriminations.</b></p> <p>RFI s'est par exemple mobilisé à l'occasion de <b>la Journée mondiale de sensibilisation à l'autisme</b>, avec un numéro spécial de son magazine « Priorité Santé », « Journée mondiale de sensibilisation à l'autisme ».</p> <p>A l'occasion de la <b>Journée mondiale de lutte contre le sida</b>, le 1er décembre, RFI a également proposé plusieurs émissions spéciales, interviews et débats sur cette thématique.</p> <p>RFI et France 24 se sont également mobilisés le 17 mai à l'occasion de <b>la journée mondiale contre l'homophobie, la transphobie et la biphobie</b>, à travers des reportages (Reportage France "Transphobie: «L'agression vient des préjugés qu'on peut avoir sur les personnes», Reportage international : "Journée contre l'homophobie: des maisons de refuge en Ouganda pour les LGBT rejetés") ainsi que des entretiens avec des expertes et des grands témoins. Sur cette thématique, les médias de FMM ont un rôle particulier à jouer du fait de leur diffusion à l'international et notamment dans certains pays où l'homosexualité est toujours un crime, parfois même passible de peine de mort. Les médias du groupe FMM proposent ainsi régulièrement sur leurs antennes et sur leurs univers numériques des sujets permettant de faire le point sur la situation des personnes LGBT dans le monde, comme cette édition du « Débat du jour » du 22 novembre intitulée « LGBT : pourquoi tant de haine ». Par ailleurs, le média numérique à destination des jeunes européens, ENTR, mobilisé durant cette journée de sensibilisation, propose également tout au long de l'année de nombreux sujets en lien avec les thématiques d'inclusion au sens large.</p> |
| RFI | Programmation | <p>Proposer deux fois par trimestre dans le cadre de l'émission « En Sol Majeur » un coup de projecteur sur la réussite d'une personne, en particulier un jeune, issue de la diversité française.</p>   | Oui | <p>L'émission « <b>En Sol Majeur</b> » de RFI contribue à mettre en avant chaque semaine des personnalités de « double culture » qui font partager aux auditeurs leur histoire jalonnée d'espérances, de combats, d'humiliations parfois, de rêves souvent.</p> <p>« En Sol Majeur » reçoit régulièrement des artistes et personnalités issus de la diversité française, dont le parcours peut être une source d'inspiration pour les auditeurs de RFI, comme par exemple, en 2022 :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Malika Rahal, la conquête de l'arabe (diffusée le 9 janvier 2022) :</b><br/> <a href="https://www.rfi.fr/fr/podcasts/en-sol-majeur/20220109-malika-rahall-la-conqu%C3%AAtte-de-l-arabe">https://www.rfi.fr/fr/podcasts/en-sol-majeur/20220109-malika-rahall-la-conqu%C3%AAtte-de-l-arabe</a></li> <li>- <b>Fabien Truong, la taille des origines (diffusée le 19 février 2022) :</b><br/> <a href="https://www.rfi.fr/fr/podcasts/en-sol-majeur/20220219-fabien-truong-la-taille-">https://www.rfi.fr/fr/podcasts/en-sol-majeur/20220219-fabien-truong-la-taille-</a></li> </ul>  |



|           |               |  |     |  |
|-----------|---------------|--|-----|--|
|           |               |  |     | <p>des-origines</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Amala Dianor, danseur et chorégraphe, du corps en barre (diffusée le 23 avril 2022)</b> : <a href="https://www.rfi.fr/fr/podcasts/en-sol-majeur/20220423-amala-dianor-du-corps-en-barre">https://www.rfi.fr/fr/podcasts/en-sol-majeur/20220423-amala-dianor-du-corps-en-barre</a></li> <li>- <b>"Lorsque les langues soupirent avec Carles Diaz" (diffusée le 19 juin 2022)</b> <a href="https://www.rfi.fr/fr/podcasts/en-sol-majeur/20220619-lorsque-les-langues-soupirent-avec-carles-diaz">https://www.rfi.fr/fr/podcasts/en-sol-majeur/20220619-lorsque-les-langues-soupirent-avec-carles-diaz</a></li> <li>- <b>"Spéciale France Médias monde avec Juliette Fievet de RFI et France 24" (diffusée le 24 juillet 2022):</b><br/><a href="https://www.rfi.fr/fr/podcasts/en-sol-majeur/20220724-sp%C3%A9ciale-france-m%C3%A9dias-monde-avec-juliette-fievet-de-rfi-et-france-24">https://www.rfi.fr/fr/podcasts/en-sol-majeur/20220724-sp%C3%A9ciale-france-m%C3%A9dias-monde-avec-juliette-fievet-de-rfi-et-france-24</a></li> <li>- <b>"Miske Alhaouthou, une cuillère pour les Comores" (diffusée le 4 septembre 2022)</b> : <a href="https://www.rfi.fr/fr/podcasts/en-sol-majeur/20220904-miske-alhaouthou-une-cuill%C3%A8re-pour-les-comores">https://www.rfi.fr/fr/podcasts/en-sol-majeur/20220904-miske-alhaouthou-une-cuill%C3%A8re-pour-les-comores</a></li> <li>- <b>Sabine Pakora, La freak, c'est chic (diffusée le 22 octobre 2022)</b> : <a href="https://www.rfi.fr/fr/podcasts/en-sol-majeur/20221022-sabine-pakora-la-freak-c-est-chic">https://www.rfi.fr/fr/podcasts/en-sol-majeur/20221022-sabine-pakora-la-freak-c-est-chic</a></li> <li>- <b>Fanta Dramé, écrivaine 100% d'ici et de là-bas (diffusée le 10 décembre 2022)</b> : <a href="https://www.rfi.fr/fr/podcasts/en-sol-majeur/20221210-fanta-dram%C3%A9-100-d-ici-et-de-l%C3%A0-bas">https://www.rfi.fr/fr/podcasts/en-sol-majeur/20221210-fanta-dram%C3%A9-100-d-ici-et-de-l%C3%A0-bas</a></li> </ul> |
| RFI       | Programmation | - Favoriser les interventions croisées de nos journalistes dans toutes les langues sur les différentes antennes permettant de mettre la diversité des origines à l'honneur et promouvoir les regards croisés, notamment autour de l'émission « Accents du Monde ».   | Oui | <p>RFI est une rédaction qui diffuse à toute heure de l'information à destination des cinq continents en 17 langues. Tous les vendredis, dans l'émission « <b>Accents du Monde</b> », diffusée sur l'antenne en français, les journalistes des rédactions en langues étrangères de RFI croisent leurs regards sur l'actualité internationale et partagent les événements et les faits de la société de leur région.</p> <p>Cette émission capitalise sur la richesse et la diversité des équipes de RFI mettant par là même à l'honneur la diversité des origines et la promotion des regards croisés.</p> <p>L'ensemble des émissions réalisées en 2022 est accessible via ce lien : <a href="https://www.rfi.fr/fr/podcasts/accents-monde/">https://www.rfi.fr/fr/podcasts/accents-monde/</a></p>  |
| France 24 | Programmation | Consacrer au moins deux programmes par trimestre à des thèmes relatifs au handicap sur l'antenne de France 24 en français (émissions ou sujets d'information). En lien avec les objectifs de la « Charte relative à la représentation des personnes handicapées et du handicap dans les médias audiovisuels », ces | Oui | <p>France 24 s'attache à traiter régulièrement du handicap sur ses antennes. Pour l'année 2022, <b>plus de 25 sujets</b> ont ainsi été consacrés au handicap sur la seule antenne de France 24 en français, sans compter les sujets réalisés en anglais, arabe, et espagnol et sur les univers numériques de la chaîne. <b>La liste de l'ensemble des émissions proposées a été communiquée à l'Arcom.</b></p> <p>Conformément aux engagements pris dans la Charte « relative à la représentation des personnes handicapées et du handicap dans les médias audiovisuels », ces programmes s'attachent, tout comme ceux de RFI, à valoriser</p>   |

|           |               |  |     |  |
|-----------|---------------|--|-----|--|
|           |               | programmes s'attachent, dans la mesure du possible, à valoriser les parcours individuels des personnes handicapées, à prendre en compte la diversité des handicaps à l'antenne et à aborder les handicaps quels que soient les stades de la vie, y compris lorsqu'ils concernent la petite enfance.  |     | les parcours individuels des personnes handicapées, dans leur diversité, à donner la parole aux personnes handicapées pour parler d'autres sujets que leur handicap et à présenter le handicap de façon positive et inclusive et pas seulement compassionnelle.  |
| France 24 | Programmation | Poursuivre la diffusion de l'émission favorisant la cohésion sociale « Pas2Quartier » qui donne le choix des sujets et la caméra aux jeunes de banlieues pour valoriser leurs initiatives positives. Cette émission propose des sujets concrets tournés dans les quartiers dits « sensibles ». Poursuivre la diffusion de l'émission favorisant la cohésion sociale « Pas2Quartier » qui donne le choix des sujets et la caméra aux jeunes de banlieues pour valoriser leurs initiatives positives. Cette émission propose des sujets concrets tournés dans les quartiers dits « sensibles » en France par ceux qui les vivent. C'est une ressource utile en matière d'éducation aux médias. | Oui | <b>En 2022, France 24 a produit 19 nouveaux numéros de l'émission « Pas 2 Quartier » multidiffusée, programme participatif qui raconte le quotidien des banlieues en France en s'appuyant sur des images tournées par les habitants.</b><br>S'inscrivant pleinement dans une démarche de cohésion sociale en France, le programme s'attache à mettre en lumière des initiatives positives et citoyennes nées dans des quartiers dits « sensibles ». Régulièrement caricaturés dans les médias, les quartiers et les banlieues sont bien souvent des puits de ressources insoupçonnées que ce programme souhaite mettre en avant en changeant son regard sur les jeunes et en créant une communauté adepte de solutions.<br>L'ensemble des émissions est accessible ici:<br><a href="https://www.france24.com/fr/%C3%A9missions/pas-2-quartier/">https://www.france24.com/fr/%C3%A9missions/pas-2-quartier/</a> |

|                  |               |  |     |  |
|------------------|---------------|--|-----|--|
| France 24        | Programmation | Maintenir la politique d'accessibilité à destination des sourds et malentendants au travers de la diffusion de journaux télévisés sous-titrés.   | Oui | Conformément à ses engagements, France 24 propose <b>chaque jour sur son antenne en français trois journaux d'information à destination des personnes sourdes et malentendantes</b> :<br>- Le journal de 10h (rediffusé à 10h30) du lundi au dimanche<br>- Le journal de 17h (rediffusé à 17h30) du lundi au dimanche<br>- Le journal de l'Afrique à 22h45 (rediffusé à 1h15 et 5h45) du lundi au vendredi et le journal de 22h (rediffusé à 22h30) les samedis et dimanches.<br>Le sous-titrage des journaux est déployé par les différents opérateurs câble, satellite et ADSL. Les téléspectateurs peuvent activer la fonction via le menu de leur téléviseur TNT ou de leur décodeur.<br>Ce dispositif est également complété par la mise à disposition, chaque jour, sur le site internet et l'application de France 24 en français et en anglais de 8 éditions d'information tout image sous-titrées.  |
| France 24        | Programmation | Diffuser sur ses antennes des campagnes, proposées par des associations ou des acteurs publics, visant à lutter contre les discriminations.  | Oui | France 24 et RFI ont diffusé gracieusement sur leurs antennes des campagnes d'associations mobilisées dans la lutte contre les discriminations, à l'image de la campagne d' <b>ADAPT</b> diffusée dans le cadre de la Semaine Européenne pour l'Emploi des Personnes Handicapées sur RFI ou encore celle d' <b>Handicap International</b> sur l'antenne de France 24. Des appels aux dons du <b>Sidaction et de Pasteurdon</b> ont également été diffusés sur les deux médias.   |
| RFI et France 24 | Programmation | Mettre en avant, deux fois par trimestre, notamment dans l'émission « Légendes Urbaines », diffusée sur RFI et France 24, des parcours inspirants d'artistes et professionnels de la musique urbaine, hommes et femmes issus de la diversité au parcours souvent méconnus du grand public. | Oui | En 2022, sur RFI et France 24, l'émission « <b>Légendes Urbaines</b> » donne la parole aux grands acteurs des cultures urbaines mondiales dans <b>une quarantaine d'épisodes</b> . Au travers d'interviews et de portraits, on rencontre les têtes d'affiches de genres musicaux les plus écoutés aujourd'hui et parfois méconnus du grand public, <b>on découvre la « face cachée » de ces artistes, derrière les clichés, les postures et loin de l'actualité promotionnelle</b> .<br>Tout au long de ces grands entretiens, artistes et professionnels (réalisateurs de clip, managers, tourneurs...), hommes et femmes de divers horizons et continents, s'expriment sur leurs parcours, sur l'actualité ou encore sur des sujets de société. En voici plusieurs exemples :<br><br>- <b>Alesh, prix Découvertes RFI 2021 (diffusée le 7 janvier 2022)</b> : <a href="https://www.france24.com/fr/%C3%A9missions/l%C3%A9gendes-urbaines/20220107-alesh-prix-d%C3%A9couvertes-rfi-2021">https://www.france24.com/fr/%C3%A9missions/l%C3%A9gendes-urbaines/20220107-alesh-prix-d%C3%A9couvertes-rfi-2021</a><br>- <b>ZKR, 59 100 nuances de talent (diffusée le 11 mars 2022)</b> : <a href="https://www.france24.com/fr/%C3%A9missions/l%C3%A9gendes-">https://www.france24.com/fr/%C3%A9missions/l%C3%A9gendes-</a> |

|                  |               |   |     |  |
|------------------|---------------|---|-----|--|
|                  |               |   |     | <p>urbaines/20220311-zkr-59-100-nuances-de-talent</p> <p>- <b>Yemi Alade, La reine de l'afropop (diffusée le 27 mai 2022)</b> :<br/><a href="https://www.france24.com/fr/%C3%A9missions/l%C3%A9gendes-urbaines/20220527-yemi-alade-la-reine-de-l-afropop">https://www.france24.com/fr/%C3%A9missions/l%C3%A9gendes-urbaines/20220527-yemi-alade-la-reine-de-l-afropop</a></p> <p>- <b>Seth Gueko, à coeur ouvert (diffusée le 3 juin 2022)</b> :<br/><a href="https://www.france24.com/fr/%C3%A9missions/l%C3%A9gendes-urbaines/20220603-seth-gueko-%C3%A0-c%C5%93ur-ouvert">https://www.france24.com/fr/%C3%A9missions/l%C3%A9gendes-urbaines/20220603-seth-gueko-%C3%A0-c%C5%93ur-ouvert</a></p> <p>- <b>Elow'n et Black K : du rap ivoire à la reconnaissance mondiale (diffusée le 15 juillet 2022)</b> :<br/><a href="https://www.france24.com/fr/%C3%A9missions/l%C3%A9gendes-urbaines/20220715-elow-n-et-black-k-du-rap-ivoire-%C3%A0-la-reconnaissance-mondiale">https://www.france24.com/fr/%C3%A9missions/l%C3%A9gendes-urbaines/20220715-elow-n-et-black-k-du-rap-ivoire-%C3%A0-la-reconnaissance-mondiale</a></p> <p>- <b>Kayna Samet : authenticité et talent (diffusée le 30 septembre 2022)</b> :<br/><a href="https://www.france24.com/fr/%C3%A9missions/l%C3%A9gendes-urbaines/20220930-kayna-samet-authenticit%C3%A9-et-talent">https://www.france24.com/fr/%C3%A9missions/l%C3%A9gendes-urbaines/20220930-kayna-samet-authenticit%C3%A9-et-talent</a></p> <p>- <b>Iba One, un gladiateur devenu empereur (diffusée le 14 octobre 2022)</b> :<br/><a href="https://www.france24.com/fr/%C3%A9missions/l%C3%A9gendes-urbaines/20221014-iba-one-un-gladiateur-devenu-empereur">https://www.france24.com/fr/%C3%A9missions/l%C3%A9gendes-urbaines/20221014-iba-one-un-gladiateur-devenu-empereur</a></p> <p>- <b>Zikxo, artisan de sa réussite (diffusée le 25 novembre 2022)</b> :<br/><a href="https://www.france24.com/fr/%C3%A9missions/l%C3%A9gendes-urbaines/20221125-zikxo-artisan-de-sa-r%C3%A9ussite">https://www.france24.com/fr/%C3%A9missions/l%C3%A9gendes-urbaines/20221125-zikxo-artisan-de-sa-r%C3%A9ussite</a></p> |
| RFI et France 24 | Programmation | Diffuser un spot radio et un spot TV autour des valeurs de la « diversité » à l'occasion de la Fête nationale du 14 juillet, sur l'initiative du CSA depuis 2012. | Oui | Le film promouvant les valeurs de diversité à l'occasion de la fête nationale du 14 juillet a été diffusé, comme chaque année, sur France 24.  |

|                  |                     |   |     |  |
|------------------|---------------------|---|-----|--|
| RFI et France 24 | Programmation       | RFI et France 24 veillent à ce que la représentation du handicap sur les antennes respecte les 5 objectifs de la Charte. Un recensement des sujets et émissions sur les antennes de RFI et de France 24 en français relatifs au handicap sera annexé au bilan annuel afin de rendre compte de la qualité et la diversité du traitement de ces sujets.   | Oui | RFI et France 24 veillent à ce que la représentation du handicap sur les antennes respecte bien les 5 objectifs de la Charte. <b>Un recensement de l'ensemble des sujets diffusés sur les antennes a été communiqué à l'Arcom.</b>   |
| GROUPE FMM       | Ressources humaines | Sensibiliser les collaborateurs de FMM notamment :<br>- en renforçant la communication interne sur l'ensemble des actions menées par le groupe en faveur de la diversité.<br>- en menant des actions de sensibilisation interne<br>- en organisant ou en participant à des événements tels que le Duoday ou la course de la diversité<br>- en proposant des actions de communication spécifiques autour de la Semaine Européenne de l'Emploi des personnes handicapées. | Oui | Dans la continuité du travail engagé les années précédentes, France Médias Monde a poursuivi tout au long de l'année sa politique de sensibilisation. La <b>Semaine Européenne pour l'Emploi des Personnes Handicapées</b> (SEEPH), en novembre, a constitué un temps fort de la mobilisation de FMM. Les actions suivantes ont été menées :<br><br>- Une vidéo informative portant sur le handicap dans le monde a été communiquée à l'ensemble des collaboratrices et collaborateurs.<br><br>- Un jeu-concours interactif, construit sur la base des contenus des médias du groupe, a été organisé afin de sensibiliser et informer de manière ludique les collaboratrices et les collaborateurs du groupe au handicap.<br><br>- La SEEPH a également été marquée par la participation du groupe à la 4ème édition du « Duoday », le jeudi 17 novembre 2022. |

|            |                     |   |     |  |
|------------|---------------------|---|-----|--|
| GROUPE FMM | Ressources humaines | <p>Insertion professionnelle</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mener les travaux en vue du renouvellement de l'accord de France Médias Monde en faveur de l'insertion professionnelle et de l'emploi des personnes en situation de handicap.</li> <li>- Poursuivre les actions mises en place pour renforcer la démarche de recrutement inclusif.</li> <li>- Proposer un suivi professionnel renforcé des salariés en situation de handicap qui le souhaitent afin d'identifier les besoins spécifiques.</li> <li>- Accompagner les étudiants tout au long de leur formation : <ul style="list-style-type: none"> <li>- en poursuivant l'accueil de stagiaires en situation de handicap, notamment dans le cadre du partenariat avec des associations et les missions handicap des écoles et des universités.</li> <li>- en développant l'accueil de stagiaires issus d'établissements prioritaires, notamment en travaillant avec des associations qui agissent pour l'égalité des chances et le décroisement des milieux sociaux.</li> <li>- en poursuivant l'accueil d'alternants en situation de handicap et issus de la diversité notamment en s'appuyant pour la campagne de recrutements sur des cabinets spécialisés, exemplaires sur leur politique diversité.</li> </ul> </li> </ul> | Oui | <p>Après des négociations ayant eu lieu en 2022 avec les partenaires sociaux, <b>la direction de France Médias Monde et toutes les organisations syndicales représentatives de FMM ont signé début janvier 2023 à l'unanimité le nouvel accord « Handicap et inclusion » pour la période 2023-2025.</b> Ce nouvel accord s'inscrit dans le cadre du précédent (2019-2022), dans une logique de continuité et d'amélioration continue en faveur de l'inclusion des personnes en situation de handicap.</p> <p>Il repose sur les actions suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Le déploiement d'un plan de recrutement et d'intégration afin d'améliorer le taux d'emploi de personnes en situation de handicap à FMM, qui s'élève à 3,8% en 2022, avec des objectifs précis sur les nombres de recrutements visés par contrats, ainsi que d'un plan de maintien dans l'emploi des collaboratrices et collaborateurs en situation de handicap ;</li> <li>- La mise en œuvre, en parallèle, d'un plan de formation, d'information et de sensibilisation à destination de l'ensemble des collaboratrices et collaborateurs de France Médias Monde ;</li> <li>- Des mesures d'accompagnement ;</li> <li>- Un plan de développement des achats auprès du secteur protégé et adapté.</li> </ul> <p>Des indicateurs de suivi ont été définis pour chaque axe permettant de réaliser un état d'avancement par année des mesures prévues.</p> |
| GROUPE FMM | Ressources humaines | <p>Management à la différence</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Former les collaborateurs en situation d'encadrement afin de favoriser le maintien dans l'emploi des personnes issues de la diversité et prévenir toutes formes de discriminations.</li> </ul>   | Oui | <p>Les formations au management de la différence mises en place depuis 2018 et animées par la responsable de la mission handicap et diversité en direction des personnels encadrants se sont poursuivies en 2022 avec 5 personnes formées.</p>   |

|            |                     |   |     |   |
|------------|---------------------|---|-----|---|
| GROUPE FMM | Ressources humaines | <p>Partenariats</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Développer les achats responsables :</li> <li>- en incluant autant que possible une clause RSE dans les marchés.</li> <li>- en ayant recours, sur les segments de marché identifiés, au secteur adapté et protégé.</li> <li>- Faire vivre les partenariats mis en place par la Mission handicap et diversité de FMM (5 en 2022) sur les problématiques de diversité et inclusion au sens large.</li> </ul>   | Oui | <p>Depuis 2018, France Médias Monde travaille en partenariat avec le réseau GESAT, qui accompagne le groupe à l'identification des marchés stratégiques sur lesquels le Secteur du Travail Protégé et Adapté peut intervenir. Dans le cadre de ce partenariat, plusieurs secteurs d'achats ont été identifiés comme pouvant répondre au besoin en termes de sous-traitance, comme par exemple le marché lié au nettoyage du bâtiment qui a débuté en 2021.</p> <p>Depuis 2020, une clause sociale a été intégrée aux appels d'offre pour lesquels des segments de marché susceptibles d'avoir recours à la sous-traitance du secteur ESAT et EA ont été identifiés. Par ailleurs, les collaborateurs concernés dans les différentes directions ont été formés.</p> <p>La mission handicap de FMM veille à favoriser pour sa part le recours permanent à des entreprises adaptées et protégées.</p> <p>Par ailleurs, FMM a poursuivi le développement de ses partenariats avec des acteurs engagés pour la diversité et l'inclusion, comme avec l'association <b>La Chance pour la diversité dans les médias</b>, premier dispositif égalité des chances dans le secteur des médias qui accompagne des étudiants boursiers dans leur préparation aux concours des écoles de journalismes reconnues par la profession. FMM était également présente au <b>Sommet de l'inclusion Economique</b> ou encore sur le salon professionnel "<b>Inclusiv' Day</b>" permettant de faire connaître ses actions et d'échanger avec d'autres acteurs engagés.</p> |
| GROUPE FMM | Ressources humaines | <p>Elargir encore davantage les actions de France Médias Monde aux problématiques globales d'inclusion et d'égalité des chances :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- en mettant en place des actions qui visent à faciliter la transmission entre les générations des savoirs et des compétences.</li> <li>- en renforçant la prise en compte de la thématique LGBTQ dans la déclinaison d'actions.</li> <li>- en échangeant sur les problématiques de diversité et d'inclusion dans le cadre du Comité de pilotage des référents et référentes RSE.</li> </ul> | Oui | <p>La politique diversité de France Médias Monde est un des axes de la stratégie RSE de l'entreprise. Dans ce cadre, les actions menées dans le domaine, et notamment les actions portées par la Direction des ressources humaines sur les questions d'inclusion et d'égalité des chances sont présentées au Comité de pilotage de la RSE, mise en place en fin d'année 2021 et qui regroupe des référentes et référents issus de toutes les directions de l'entreprise. Ainsi, en 2022, le Comité de pilotage RSE s'est réuni à quatre reprises, nourrissant dans un esprit collaboratif les réflexions de référentes et référents sur la politique d'inclusion et d'égalité des chances de France Médias Monde. A noter que la responsable de la mission handicap et diversité de FMM est la référente RSE de la DRH.</p>   |

|            |                     |  |     |  |
|------------|---------------------|--|-----|--|
| GROUPE FMM | Ressources humaines | Initier les travaux préparatoires en vue d'un audit pour le Label diversité, conformément à l'Objectif 5 du COM 2020-2022 « Etre une entreprise média exemplaire ».  | Oui | FMM a examiné en 2022 les <b>conditions d'obtention du label diversité de l'AFNOR</b> et entamé les travaux préparatoires : réalisation d'un auto-diagnostic, production des données permettant l'état des lieux et participation à l'atelier "Label diversité" organisé par l'AFMD pour partager les bonnes pratiques. Cette démarche contribue à préparer le lancement de l'audit diversité et participe à une démarche de progression continue.   |
| GROUPE FMM | Ressources humaines | Poursuivant l'inclusion des jeunes en situation de fragilité en France au sein de la Fondation Engagement Médias pour les Jeunes (fondée en 2020 sous l'égide de la Fondation de France, en partenariat avec France Télévisions, France Télévisions Publicité, TV5Monde et France Médias Monde). | Oui | En 2022, la Fondation Engagement Médias pour les Jeunes a poursuivi ses actions en faveur de l'inclusion des jeunes en situation de fragilité sur tout le territoire français, à travers le soutien et le financement de projets associatifs innovants. En voici plusieurs exemples :<br>- <b>La 6ème édition du concours de vidéo "Filme ton quartier"</b> , qui favorise l'accès au monde des médias télévisuels et numériques pour les jeunes, célèbre la diversité de la France et la francophonie et met en lumière de nouveaux talents.<br>- <b>La 5ème édition du concours d'éloquence "OGMA"</b> , qui accompagne des collégiens issus d'établissements scolaires situés en Quartiers Prioritaires pour leur donner la parole et les aider à prendre confiance à l'oral.<br>- <b>La 2ème édition du Tour de France "Graine d'O Tour"</b> porté par l'association Graine d'Orateur 93, qui part à la rencontre de lycéens étudiant en zone d'éducation prioritaire pour les sensibiliser à l'art oratoire. Ce projet, réalisé en 2021, a permis la sortie en 2022 d'un film documentaire sur l'éloquence. |



|            |                     |   |     |   |
|------------|---------------------|---|-----|---|
| GROUPE FMM | Ressources humaines | Accompagnant l'action des Clubs RFI, regroupements spontanés d'auditeurs réunissant aujourd'hui plus de 97 000 membres répartis dans 110 pays, et qui mènent des actions locales et de solidarité à destination des populations vulnérables sur de nombreuses thématiques, dont l'égalité des chances et l'inclusion. | Oui | <p>En 2022, France Médias Monde a continué à soutenir <b>l'action des Clubs RFI</b> dans le monde, en accompagnant spécifiquement certains projets (financements, apport en matériel, expertise du service, etc).</p> <p>En ce qui concerne les projets liés à l'inclusion, on peut notamment citer ceux menés par les Clubs RFI dans les camps de réfugiés, à l'exemple du projet mené avec leur partenaire "Les écrans de la paix" qui a proposé, en Tanzanie, une diffusion hebdomadaire de films dans les écoles des camps de réfugiés ou encore un cycle de diffusions axé sur la "santé mentale" auprès des enfants déplacés en RDC.</p> <p>Durant l'année 2022, les Clubs RFI ont également organisé plusieurs tournois sportifs dans leur pays d'implantation permettant de faire se rencontrer les habitants autour des valeurs de partage et de solidarité.</p> |
| GROUPE FMM | Ressources humaines | Poursuivant les actions d'Éducation aux Médias et à l'Information menées par les journalistes des médias du groupe (RFI, France 24 et MCD) à l'attention de jeunes élèves et étudiants des réseaux d'éducation prioritaire  | Oui | FMM a poursuivi <b>ses actions en faveur de l'EMI</b> avec un important temps fort au moment de la SPME, organisée en partenariat avec le CLEMI. Ses actions résident principalement sur deux axes : interventions des journalistes dans les classes en France et à l'étranger et visites de rédaction. Au total, ce sont au moins 1960 élèves qui ont pu échanger avec des journalistes et techniciens de FMM en 2022.   |