



HAL
open science

La nouvelle chaîne publique d'information en continu commune à France Télévisions et Radio France : enjeux et mutations du paysage audiovisuel français

Valentine Leboeuf

► To cite this version:

Valentine Leboeuf. La nouvelle chaîne publique d'information en continu commune à France Télévisions et Radio France : enjeux et mutations du paysage audiovisuel français. Sciences de l'information et de la communication. 2016. dumas-01671647

HAL Id: dumas-01671647

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-01671647>

Submitted on 22 Dec 2017

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Copyright

Master 1

Mention : Information et communication

Spécialité : Journalisme

La nouvelle chaîne publique d'information en continu commune à France Télévisions et Radio France Enjeux et mutations du paysage audiovisuel français

Responsable de la mention information et communication
Professeure Karine Berthelot-Guiet

Tuteur universitaire : Valérie Jeanne-Perrier

Nom, prénom : LEBOEUF Valentine

Promotion : 2015-2016

Soutenu le : 27/05/2016

Mention du mémoire : Très Bien

REMERCIEMENTS

Je tiens à remercier mon rapporteur universitaire, Madame Valérie Jeanne Perrier pour avoir orienté mon travail dans la bonne direction et pour ses précieux conseils, notamment bibliographiques.

Je remercie également mon rapporteur professionnel Estelle Cognacq, rédactrice en chef de l'agence de *France Info*, pour sa réactivité et la qualité de ses contacts, ainsi qu'Ivan Valerio, rédacteur en chef du pôle web de *BFMTV*, Antoine Bayet, directeur de l'information numérique à *France Info* et Julia Cagé, économiste et auteure de l'essai Sauver les médias, qui ont tous pris le temps de répondre à mes questions.

Un grand merci à ma famille, qui constitue un soutien sans faille, sur lequel je peux toujours compter et me reposer.

Je tiens enfin à remercier William Rouzé, qui a réussi, grâce à son calme et à sa patience, à sauver ce mémoire des caprices de mon ordinateur.

SOMMAIRE

REMERCIEMENTS	2
SOMMAIRE	3
INTRODUCTION	4
I-Vertus et impasses de l'information en continu	6
A- Historique et présentation des chaînes d'information en continu	6
B- Les limites des chaînes d'information en continu.....	10
C- Un succès indéniable.....	16
II- Présentation et objectifs de la nouvelle chaîne d'information en continu	18
A- Ligne éditoriale, nature de la chaîne et public visé.....	18
B- Les partenaires	23
C- Les programmes	26
D- Nom et lancement de la nouvelle chaîne publique d'information en continu.....	31
III- Que va faire la concurrence ?	35
A- Y a t-il de la place pour tout le monde ?	35
B- Une sixième chaîne d'information en continu est-elle nécessaire ?	37
C- Le problème de l'audience	38
D- La nouvelle chaîne peut-elle pousser la concurrence à se réinventer ?	40
E- Les conséquences d'une nouvelle chaîne sur les effectifs de la concurrence.....	42
CONCLUSION	44
BIBLIOGRAPHIE	46
ANNEXES	52
RÉSUMÉ	68
MOTS-CLÉS	69

INTRODUCTION

En matière informationnelle, la télévision a toujours joué un rôle de baromètre sociétal important. Les journaux télévisés traditionnels des chaînes historiques, sont restés, notamment dans nos provinces, villes et villages, toutes ces petites France à modèle réduit, des rendez-vous réguliers des Français qui voient évoluer le monde dans lequel ils vivent à travers leur écran. Puis, au fur et à mesure, ces principales chaînes ont vu naître les chaînes du Web, une télévision connectée et les chaînes d'information en continu qui informent à toutes heures du jour et de la nuit.¹

C'est au tournant des années 1990 que l'information télévisée a connu cette mutation. Elle s'est définitivement convertie au régime du « temps réel », fondé sur des séquences récurrentes de direct, relatives à des événements restitués sous la forme de narrations continues. Ce sont plusieurs d'entre eux, rapprochés dans le temps (la chute du mur de Berlin en 1989 puis la Guerre du Golfe en 1991) qui ont révélé l'intense pouvoir de captation de cette modalité informative. Mais aussi soulevé de nombreuses interrogations. Des événements dramatiques plus récents (le 11 septembre 2001, la deuxième guerre en Irak en 2003 ou encore les attentats de Paris en 2015) sont intervenus pour relancer une réflexion qui remet en question le concept même de l'information en continu.²

« Il faut laisser du temps au temps », disait François Mitterrand. Une tâche qui s'avère périlleuse face au rythme haletant de l'actualité en temps réel et à la concurrence effrénée des chaînes d'information qui pousse les journalistes à travailler dans l'urgence. Les chaînes d'information continue sont pourtant devenues aujourd'hui incontournables. Si, un temps, *CNN* et *BBC* se sont partagé le monopole de l'information mondialisée, ces chaînes sont désormais nombreuses. Il y en a plus d'une centaine à travers le monde et la France à elle seule en compte cinq : *BFMTV*, *iTélé*, *LCI*, *France 24* et *Euronews*. Leur maître mot : le direct et l'information brute,

¹ *Le Huffington Post* du 13.06.2013 : http://www.huffingtonpost.fr/ghislaine-pierrat/chaines-dinfos-continu-television_b_3429223.html

² Guy Lochard, *L'information télévisée, mutations professionnelles et enjeux citoyens*, 2005

des drogues dures auxquelles les téléspectateurs deviennent accros dès que la planète s'enflamme. C'est la raison de leur succès, leur limite aussi. Indice de leur popularité, elles attirent le public même quand l'actualité est moins palpitante. Avec elles, l'information s'est faite également narrative, pédagogique, explicative mais surtout, interactive. Le public peut contribuer à créer de l'information en envoyant des images ou des témoignages. Même l'écran est devenu indifférent : le support peut être une télévision, un ordinateur ou un téléphone portable. Depuis plusieurs années, *iTélé*, créée en 1999 et *BFMTV*, qui a vu le jour en 2005, sont les chaînes *leader* de l'information en continu sur la TNT, puisque *Euronews* et *France 24* sont payantes. Mais elles n'ont plus ce monopole : *LCI*, ancienne chaîne payante du groupe *TF1* est désormais visible sur le canal 26 de la TNT depuis le 5 avril 2016. Et dès son arrivée à la tête de *France Télévisions* le 22 août 2015, après sa nomination le 23 avril par le CSA, Delphine Ernotte Cunci, ancienne directrice générale d'*Orange France*, annonce son projet phare : la création d'une nouvelle chaîne publique d'information commune à *France Télévisions* et à *Radio France*. Ce projet, qui vise en priorité un public jeune, s'inscrit bien dans l'objectif fondamental de « rajeunissement du public de *France Télévisions* » à travers une recherche permanente de « l'innovation pour attirer de nouveaux publics » et l'objectif de devenir « la plateforme de référence pour tous les contenus jeunesse, sur les supports numériques notamment »³. La chaîne souhaite répondre à une exigence de qualité avec un point d'honneur accordé à la vérification et au recoupement de l'information afin d'éviter la diffusion d'une actualité erronée. La ligne éditoriale adoptée sera celle du décryptage et d'explication de l'actualité, afin de se démarquer des autres chaînes, ce qui n'empêchera pas selon certains experts, la déstabilisation du marché de l'information gratuite.

Nous allons donc analyser les enjeux et les mutations des chaînes d'information continue pour tenter d'expliquer le bouleversement que ce projet provoque au sein du paysage audiovisuel dans notre pays.

Après avoir défini le concept même de l'information en continu à travers ses vertus mais aussi ses limites, nous présenterons la nouvelle chaîne publique d'information,

³ Analyse du projet de Delphine Ernotte par *Télérama* du 24 avril 2015: <http://television.telerama.fr/television/on-a-lu-pour-vous-le-projet-de-delphine-ernotte-pour-france-televvisions,125839.php>

pour finalement expliquer comment va s'organiser la concurrence afin de survivre à cette nouvelle arrivée.

I. Vertus et impasses de l'information en continu

A/ Historique et présentation des chaînes d'information en continu

Le 1er juin 1980 à Atlanta, Ted Turner lance à grand bruit la première chaîne d'information en continu, diffusée sur le câble et le satellite 24h/24 aux Etats-Unis, et dans le monde entier : *CNN* (Cable News Network), dont le nom signifie « chaîne câblée d'informations ». Selon Bruno Albin, ancien directeur adjoint de la rédaction de *France 2*, « *CNN* a été une révolution au sens où elle a mis toutes les chaînes du monde devant une réalité qui était que la télé pouvait, comme la radio, traiter l'information en temps réel »⁴

La chaîne a bouleversé l'information télévisée en diffusant 24 heures sur 24 sur tous les continents. Malgré de nombreuses critiques et l'appellation de « Chicken Noodle Network » par les grands réseaux qui comparent ses informations à des plats instantanés⁵, toutes les télévisions du monde ont tenté, à un moment ou à un autre, de « copier » la méthode *CNN*, qui avait atteint une renommée internationale grâce à la couverture de multiples événements, mais surtout, de la guerre du Golfe en 1991. Certains de ses présentateurs comme Larry King ont également atteint une célébrité mondiale⁶. Depuis, il existe plus d'une centaine de chaînes d'information en continu à travers le monde.

La France s'est d'ailleurs inspiré de l'exemple de *CNN* pour développer et banaliser le direct, un moyen extrêmement coûteux à l'époque, et très peu utilisé. La première

⁴ *Libération* du 1 juin 2000 : « La première chaîne d'information en continu a vingt ans. CNN, le culte du direct permanent. Trois professionnels de la télévision française analysent son influence » : http://www.liberation.fr/medias/2000/06/01/la-premiere-chaine-d-information-en-continu-a-vingt-ans-cnn-le-culte-du-direct-permanent-trois-profe_327408

⁵ INA : « CNN, la première chaîne mondiale d'info en continu » : <http://fresques.ina.fr/jalons/fiche-media/InaEdu05060/cnn-la-premiere-chaine-mondiale-d-info-en-continu.html>

⁶ *Ibid.* note 4

chaîne d'information en continu purement française, voit le jour en 1994. Il s'agit de *LCI*, détenue par le groupe *TF1*. Est ensuite créée *iTélé*, appartenant à *Canal+* en 1999, *BFMTV*, propriété de *NextRadioTv* en 2005 et *France 24*, dirigée par *France Médias Mondes* en 2006. *Euronews* est créée en 1992 et basée à Lyon mais elle est internationale et principalement européenne. Elles sont toutes entre les mains de puissants hommes d'affaires : Martin Bouygues pour *LCI*, Vincent Bolloré pour *iTélé*, Patrick Drahi pour *BFMTV*, la haute fonctionnaire Marie-Christine Saragosse pour *France 24* et l'homme d'affaires égyptien Naguib Sawiris pour *Euronews*.

Chaque chaîne, avec son slogan, « *LCI* : vous êtes au cœur de l'info », « L'information ne s'arrête jamais » pour *iTélé*, « Première chaîne d'info de France » pour *BFMTV*, « Liberté, Égalité, Actualité » pour *France 24* et « L'info pure » pour *Euronews*, cherche à se distinguer des autres, bien que « l'actualité chaude » ou le « hardnews » restent essentiels. *LCI* donne la priorité aux actualités de la vie quotidienne à travers des questions pratiques comme la consommation ou l'éducation. *iTélé* affiche sa différence en valorisant l'analyse, le débat et le talk. *BFMTV*, est une chaîne qui se veut populaire pour pouvoir représenter tous les Français et qui a démontré un intérêt tout particulier pour l'économie avec sa filiale *BFM-business*. Enfin, *France 24* et *Euronews* ont une portée beaucoup plus internationale, avec la diffusion en treize langues pour cette dernière, présentant l'actualité d'un point de vue européen.

« En quelques dix années d'existence, *BFMTV* est devenue incontournable dans le paysage médiatique français », peut-on lire dans l'oeuvre de Thierry Devars⁷. « Lorsque la chaîne est lancée en 2005, le traitement en temps réel de l'actualité incarne sans conteste une rupture dans le paysage français de l'information télévisée. » Inspirée du modèle des chaînes d'information en continu américaines comme *CNN*, *Fox News* ou *NSNBC*, le projet éditorial de *BFMTV* a pu, dans un premier temps, susciter la perplexité dans le monde journalistique, y compris chez ses concurrentes directes : *LCI* et *iTélé*. « Si aujourd'hui ces dernières ont adapté leurs façons de faire et s'inspirent du modèle éditorial proposé par *BFMTV*, elles

⁷ La politique en continu : Vers une BFMisation de la communication ? Thierry Devars, octobre 2015

procédaient tout à fait différemment au moment où Alain Weill a importé en France le concept du tout direct, 24 heures sur 24, 7 jours sur 7. En 2005, *LCI* et *iTélé* proposaient à leurs téléspectateurs une grille de programmes fondée sur une alternance de journaux d'information, diffusés toutes les heures ou les demi-heures, avec des magazines. L'actualité y occupait certes une place de choix, mais la systématisation du direct n'était pas encore de mise⁸ ». C'est en effet avec *BFMTV* que l'information en continu prend le virage du « temps réel » et de ses avatars techniques.

« Bien que la chaîne créée par Alain Weill n'avoisine que les 2% de parts d'audience, elle est toutefois parvenue à se positionner en leader français de l'information en continu. Si *BFMTV* a gagné ses galons de « première chaîne d'info de France », dans l'environnement pourtant très concurrentiel où elle évolue, c'est qu'elle a su valoriser à son compte la promesse incessamment revendiquée du direct. »⁹

La promesse explicite des chaînes d'information en continu aux téléspectateurs, c'est de les informer en temps réel. L'actualité prime. « C'est la religion de la dépêche, de l'urgent et de l'édition spéciale¹⁰ ». Diffusée 24h sur 24, 7 jours sur 7, *BFMTV* propose du direct de 4h30 à 0h30. La grille des programmes s'organise autour de vastes tranches d'information (matinales, journées, soir) auxquelles s'ajoute l'édition de la nuit. Chacune d'entre elles est supervisée par un rédacteur en chef, placé lui-même sous l'autorité du directeur de la rédaction¹¹.

Ancien directeur adjoint du service politique de *BFMTV*, Benjamin Oulahcène estime que la chaîne a largement contribué à construire et à donner sens à un authentique « modèle d'information en continu¹² ». *BFMTV* a été la première chaîne à mettre en oeuvre ce modèle, une position de pionnière qui justifie la notoriété de l'expression

⁸ Ibid. page 7, note 7

⁹ Ibidem

¹⁰ *Télérama* du 25 octobre 2011 : « De la relativité de l'info sur les chaînes d'info » : <http://www.telerama.fr/medias/de-la-relativite-de-l-info-sur-les-chaines-d-info,74308.php>

¹¹ Ibid. page 7, note 7

¹² Entretien réalisé par Thierry Devars le 13 mars 2015

« BFMisation » pour qualifier un phénomène qui dépasse le cadre de la chaîne et décrit le règne de l'instantanéisme¹³.

La pratique du *breaking news* est devenue systématique, au point de constituer un principe fondateur de l'identité médiatique des chaînes d'information en continu. La stratégie éditoriale de *BFMTV* s'inscrit dans cette logique de l'événement permanent : l'actualité s'y donne régulièrement à lire sous les traits de l'urgence et du sensationnalisme¹⁴.

Le but pour un journaliste de chaîne d'information continue est de saisir l'actualité au moment où elle se déroule et de la restituer « sans médiation » .

« Gage supposé d'authenticité, la diffusion en temps réel de l'information place le téléspectateur dans une position privilégiée de témoin. Celui-ci épouse l'objectif de la caméra et le point de vue du reporter présent sur le terrain »¹⁵

A cet égard, la chaîne d'information en continu invite davantage son public à vivre une expérience inédite de l'actualité qu'à en comprendre les enjeux. En filigrane, c'est le sens même du travail journalistique qui est remis en question, même si celui-ci s'appuie également sur des pratiques plus classiques de tournage et de reportage. D'après Thierry Devars, le parti pris d'une couverture en temps réel de l'actualité se situe au centre d'un paradoxe avec lequel les journalistes doivent composer : comment comprendre un fait d'actualité, l'interpréter et le qualifier au moment même où il se déroule ?¹⁶

L'exigence de rapidité, servie par une technologie de plus en plus performante se fait souvent donc, au détriment de la vérification de l'information, ce qui alimente les critiques régulièrement adressées à ces chaînes.

¹³ Ibid. page 7, note 7

¹⁴ Ibidem

¹⁵ Ibidem

¹⁶ Ibidem

B/ Les limites des chaînes d'information en continu

« C'est un sport national, depuis les débuts de la Ve République. Dès que la situation se dégrade, dès que les côtes de popularité sont en berne, les gouvernements rendent les médias audiovisuels et tout particulièrement la télévision, responsable de la situation » écrivait en 2013 Agnès Chauveau, spécialiste des médias dans *The Huffington Post*¹⁷. Elle poursuit en expliquant que ce ne sont plus les grandes chaînes nationales tels que les journaux télévisés de *TF1* ou de *France 2* qui sont visés par ces critiques. Il s'agirait désormais des chaînes d'information en continu et d'une en particulier : *BFMTV*. D'Arnaud Montebourg qui dénonce la "BFMisation" de la vie politique, à Bruno Le Roux faisant mine de confondre *Fox News*, la chaîne conservatrice et populiste américaine avec *BFM*, jusqu'au surnom « B-FN » donné par certains, accusant la chaîne de faire monter le Front National, les critiques vont bon train.

En 2008, paraissait un livre de Patrick Eveno, historien des médias intitulé : Les médias sont-ils sous influence ? où il y fait une critique de la télévision souvent reprise pour attaquer les chaînes d'information en continu. Selon l'auteur, la télévision commerciale n'aurait plus aucune prétention pédagogique, culturelle ou informative, mais seulement un cours de l'action et un taux de profit en prise directe sur l'Audimat. Parce ce qu'elles vivent sous la loi de l'Audimat, les chaînes de télévision ne peuvent laisser la place au débat d'idées, qui demande du temps et des longs développements qui feraient fuir les téléspectateurs. Elles se contentent donc des « petites phrases » qui permettent de ne pas lasser le public et de maintenir son attention. « Beaucoup d'intellectuels et d'hommes politiques le font avec talent, soit en dramatisant, ou en racontant de belles histoires pour occuper plus longuement l'antenne »¹⁸

¹⁷ *The Huffington Post* du 29 décembre 2013 : « Les chaînes d'infos en continu sont-elles si nulles? » : http://www.huffingtonpost.fr/agnes-chauveau/chaines-dinfos-en-continu_b_4171913.html

¹⁸ Les médias sont-ils sous influence ? Patrick Eveno (2008)

Tout cela engendrerait selon l'auteur une « information aseptisée » d'où l'investigation serait bannie, conduisant ainsi à la désinformation des Français, voire à la manipulation de l'opinion. Thierry Devars affirme que saisie en temps réel, l'actualité donnée par les chaînes d'information en continu se dérobe à toute forme de mise à distance. La culture de l'immédiateté rend compte du pouvoir d'attraction du récit journalistique en temps réel et de ses contradictions. En effet, valorisé par le discours promotionnel de *BFMTV*, l'objectif du tout-voir et du tout-savoir se heurte à la nécessaire impossibilité d'y répondre¹⁹.

Tout comme Patrick Eveno, Thierry Devars dénonce dans son ouvrage, la course à l'audience des chaînes d'information continue au profit du « mal journalisme » à la française. Marc Autheman officiait sur *BFMTV* le week end, à l'occasion des journaux du soir jusqu'à son licenciement en 2014. Il a écrit une lettre adressée à Alain Weill accusant la rédaction de la chaîne de n'être préoccupée que par la « recherche de l'audience » et de s'employer, à dessein, « à la dramatisation excessive d'événements mineurs. »²⁰

Dans son article, Agnès Chauveau souligne les critiques récurrentes faites aux chaînes d'information en continu : « Des heures de direct, un flot d'information sans hiérarchie, des envoyés spéciaux partout, des duplex qui ne servent à rien, des journalistes qui ne racontent pas le monde où ils sont mais qui signifient juste qu'ils y sont. Bref, de la géolocalisation journalistique en guise d'information ». Auxquelles Thierry Devars ajoute dans son livre « l'obsolescence programmée de l'information, le diktat de l'urgence et la recherche du scoop »

Le 7 décembre 2013, *Le Monde* publie une enquête sur la « BFMisation » de la vie politique.²¹ Les chaînes d'information en continu y sont décrites comme des « machines infernales » pressées par le temps, donnant à lire l'actualité sous l'angle d'une étourdissante succession de nouvelles qui disparaissent presque aussi

¹⁹ Ibid. page 7, note 7

²⁰ Ibidem

²¹ *Le Monde* : « Enquête sur la BFMisation de la vie politique » : http://www.lemonde.fr/politique/article/2013/12/07/enquete-sur-la-bfmisation-de-la-vie-politique_3527305_823448.html

subitement qu'elles sont apparues. « Elles ne nourrissent pas, elles abreuvent au risque de l'oubli » affirmait le coprésident d'Ipsos, Jean-Marc Lech²².

D'après Thierry Devars, en donnant la priorité au direct, *BFMTV* a placé l'événement au centre de sa stratégie éditoriale. Une position, qui, dans un contexte d'hyperabondance d'information, pose un problème de distinction entre l'événement et le *buzz*. Celui-ci constitue une catégorie-reine en matière de notoriété et les chaînes d'information en continu ont donc tendance à placer trop souvent sur le devant de la scène, des actualités anecdotiques et triviales qui vont faire du bruit, au détriment d'une actualité dont la portée et la signification résisteront au temps.

L'auteur donne un exemple : En 2015, trois actualités ont particulièrement concentré l'attention des médias au moment où elles sont survenues : les attentats de Paris de janvier, le crash de l'Airbus A320-211 le 24 mars et la naissance du deuxième enfant de Kate Middleton et du prince William le 2 mai. Celle-ci, beaucoup plus légère, a pourtant obtenu le statut d'événement, au même titre que les deux précédentes. « C'est du moins sous cet angle que les chaînes d'information en continu, entre autres, les ont ostensiblement données à lire », indique l'auteur.

Le projet d'une information délivrée en temps réel, sans médiation ni délai de réflexion, interroge la qualité de l'information délivrée au téléspectateur et le rapport des journalistes à l'information. En effet, « le travail du journaliste consiste précisément à convertir son expérience immédiate sur le terrain en point de vue distancié sur le monde, un processus qui, en toute logique, prend du temps », écrit Thierry Devars. Or, le travail d'immédiateté des journalistes des chaînes d'information en continu les empêche de prendre de la distance sur les événements.

C'est ce qu'il s'est passé le 8 janvier 2015. Alors qu'une prise d'otages était en cours dans l'*Hyper Casher* à Porte de Vincennes, Dominique Rizet, spécialiste police-justice de *BFMTV* a indiqué en direct qu'une femme était cachée dans la chambre froide du magasin, compromettant ainsi sa sécurité. Le journaliste a dit amèrement regretter ces 17 secondes d'antenne mais l'épisode a fait beaucoup parler de lui et certains ex-otages d'Amedy Coulibaly ont même décidé de porter plainte en avril

²² Ibid. page 10, note 17

contre la chaîne d'information pour mise en danger de la vie d'autrui. La plainte a été retirée mais *BFMTV* a dû verser 60 000 euros au *Fonds Social Juif Unifié* pour le soutien des victimes du terrorisme²³.

Cet épisode a remis au centre du débat le traitement de l'information par les chaînes en continu, souvent épinglées. En effet, la plainte des ex-otages s'appuyait notamment sur une mise en garde du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA) le 11 février 2016²⁴. Après avoir analysé 500 heures de programmes, le CSA avait adressé à 16 médias, 36 avertissements pour avoir, pendant les directs sur les prises d'otages de janvier, révélé des informations sensibles, susceptibles de mettre en péril la vie des otages. « Les méthodes de travail des médias en temps réel dans ce genre de situation, sont des pousse-au-crime », a dénoncé auprès de l'*AFP* Patrick Klugman, l'avocat des plaignants.

D'après Arnaud Mercier, spécialiste des médias qui a accordé une interview au *Figaro*²⁵ le 12 février 2015, le fonctionnement des chaînes d'information en continu conduit forcément à des dérapages déontologiques : « La France a hélas une certaine habitude des attentats sur son sol, si on regarde l'histoire depuis les années 1980. En revanche, de tels faits, avec un tel scénario et une telle scénographie, couverts à l'ère d'internet et des chaînes d'information continue triomphantes, c'est inédit. Les médias ont donc agi sans cadre de référence, dans un environnement fait de concurrence exacerbée puisque même les chaînes généralistes se sont mises à faire de longues heures de direct et de temporalité effrénée : l'urgence imposant son diktat au détriment de tout recul et du temps nécessaire pour recouper les informations. Il était donc inévitable qu'il y ait des dérapages déontologiques, même si certains ont été plus graves car ils ont mis en danger la vie de personnes en contact avec les terroristes. Autofascinés par les possibilités qui sont les leurs de traiter un événement en direct,

²³ *Nouvel Obs* du 3 avril 2015 : « Hyper Cacher : des ex-otages attaquent BFMTV en justice » : <http://teleobs.nouvelobs.com/actualites/20150403.OBS6328/assaut-de-l-hyper-cacher-des-ex-otages-attaquent-en-justice-bfmtv.html>

²⁴ *Le Figaro* : « Chaînes d'infos sanctionnées par le CSA: pourquoi les dérapages sont inévitables » <http://www.lefigaro.fr/vox/medias/2015/02/12/31008-20150212ARTFIG00477-chaines-d-infos-sanctionnees-par-le-csa-pourquoi-les-derapages-sont-inevitables.php>

²⁵ *Ibidem*

les journalistes des chaînes d'information en continu tendent à s'abandonner à la satisfaction narcissique d'utiliser à plein régime ces moyens, au risque de mettre de côté les réflexes déontologiques de base ». Il propose la solution de « créer un poste en interne, confié à un professionnel chevronné, qui aurait pour mission de garder la tête froide, de ne pas plonger, grisé, dans le tempo de l'urgence, et qui soit donc là pour calmer les ardeurs, pour repérer tout de suite les dérapages en cours, et tirer le signal d'alarme chaque fois que de besoin ».

A vouloir donner une information avant ses concurrents pour répondre à une exigence de rapidité, certaines chaînes peuvent alors commettre des faux pas et négliger l'étape de la vérification des sources. Nous passons cette fois du côté d'*iTélé*. Le 5 avril 2011, à 20h, la présentatrice annonce que Laurent Gbagbo, qui vit peut-être ses dernières heures à la présidence de la Côte d'Ivoire, serait retranché dans son bunker, et négocierait sa reddition. Au même moment, le téléspectateur pouvait lire sur le *scroll** que Laurent Gbagbo s'était rendu et qu'il demandait la protection de l'ONU, d'après la source *Reuters*. A 20h15, la présentatrice affirme que d'après un communiqué de l'Elysée, la reddition de Laurent Gbagbo n'est pas encore effective. Gros rétropédalage de la chaîne qui, à l'antenne comme sur le *scroll*, fait donc marche arrière sur l'information qu'elle donnait un quart d'heure plus tôt. La présentatrice explique ensuite que la reddition de Laurent Gbagbo « avait été indiquée par un document interne des Nations unies et confirmée par l'agence de presse britannique Reuters. » En réalité, l'agence Reuters n'a rien confirmé, elle a annoncé la reddition de Gbagbo sur la foi d'un document interne des Nations Unies. Deux minutes plus tard, un bandeau réapparaît à l'écran, affirmant la reddition du Président. A 20h25, le ministre de la Défense, Gérard Longuet, déclare qu'il ne peut confirmer la reddition. En définitive, Laurent Gbagbo ne s'est jamais rendu mais a finalement été arrêté six jours plus tard, le 11 avril 2011 par les forces d'Alassane Ouattara²⁶.

* Bandeau d'information omniprésent en bas de l'écran

²⁶ Ibid. page 7, note 7

D'après un diaporama sur prezi.com²⁷, les trois principaux fondements du travail journalistique (le grand reportage, le travail intellectuel et la libre sélection de l'information) sont mis à mal avec l'information en continu : on passe en effet d'un journalisme de terrain à un journalisme « assis » ou « de bureau » puisque le rythme accéléré de production empêche les journalistes de construire un reportage de terrain qui serait trop long à réaliser. Les chaînes envoient alors sur place des envoyés spéciaux qui « permettent de montrer qu'ils peuvent intervenir à tout moment mais qui surenchérissent surtout une information déjà révélée ». Le travail intellectuel est mis à mal à cause du travail de recherche moins poussé et une analyse plus superficielle qui se concentre sur l'événement et non sur les causes ou les points de vue. Enfin, travailler dans l'urgence pousse le journaliste à sélectionner une information aléatoire, parfois sans vérification de la source, afin « d'avoir en premier les images et être les premiers à annoncer une information », devenu le principal critère de l'excellence journalistique.

D'autre part, une enquête réalisée par *Télérama* en 2012²⁸, pointe du doigt un dernier aspect de ces chaînes, qui dérange profondément le public : « Menacées d'être réduites à un média de transmission de l'actualité plus qu'à un média d'information, ces chaînes d'information continue usent et abusent d'experts et de commentateurs en tous genres pour redonner du sens à ce flux. Les mêmes passent souvent d'un plateau à l'autre au risque de donner une vision monochrome des événements ». Toujours les mêmes spécialistes et donc toujours les mêmes points de vue. Ces chaînes se voient alors reprocher d'imposer une façon de voir et de penser le monde, laissant peu de place à la réflexion.

Et pourtant, elle peuvent parfois battre des records d'audience.

²⁷ prezi.com : « En quoi les conditions de production de l'information des chaînes en continu modifient-elles l'activité journalistique et les codes du métier ? » : <https://prezi.com/okk8rutsaplc/i-les-chaines-dinformation-en-continu-une-pratique-nouvel/>

²⁸ *Télérama* : « LCI, i>Télé, BFM TV : trois chaînes d'info au banc d'essai » : <http://television.telerama.fr/television/lci-i-tele-bfm-tv-trois-chaines-d-info-au-banc-d-essai,74465.php>

C/ Un succès indéniable

Ce sont les événements exceptionnels et inattendus qui favorisent la concentration du public sur les chaînes d'information en continu. Les pics d'audience atteints lors de l'affaire Mohammed Merah en 2012, de l'affaire du Sofitel en 2015 ou plus récemment, les attentats commis à Paris en janvier et novembre 2015 ont permis à *BFMTV* et *iTélé* d'atteindre des records d'audience historiques : Samedi 14 novembre, au lendemain des attentats de Paris, *BFMTV* a frôlé la barre des 10 % d'audience en moyenne, contre 2% habituellement, devenant la troisième chaîne la plus regardée de France derrière *TF1* et *France 2*²⁹. Cependant, la chaîne appartenant au groupe *NextRadioTV* n'a pas pour autant dépassé son record historique, réalisé le 9 janvier dernier après les attaques de *Charlie Hebdo* avec 13,3 % de part de marché. Pour ce qui est d'*iTélé*, la chaîne a battu son record historique le 14 novembre, en atteignant près de 5 % de part de marché en moyenne tout au long de la journée, loin devant ses 0,8% habituels³⁰. Cette affluence des téléspectateurs sur les chaînes d'information en continu à certaines occasions, témoigne en partie d'une stratégie de captation efficace : il s'agit pour ces chaînes de susciter l'attention du public et surtout de la préserver, grâce à la composition visuelle de l'écran, avec une multiplicité de cadres qui se succèdent les uns aux autres, au rythme incessant des allers-retours entre le plateau, le terrain et les reportages, le dynamisme de leur composition et l'actualisation en temps réel de l'information³¹.

Mais d'après Agnès Chauveau³², « les chaînes d'info en continu sont devenues incontournables, même quand l'actualité n'est pas portée par la drogue dure du direct. *iTélé* est à 0,8% de part d'audience, *LCI* à 0,3% et *BFMTV* représente 2% des parts d'audience en France soit 10 millions de téléspectateurs par jour, s'imposant ainsi comme une télé populaire ».

²⁹ [ojim.fr](http://www.ojim.fr/attentats-nouveaux-records-pour-les-chaines-dinfo-en-continu/) du 17 novembre 2015 : <http://www.ojim.fr/attentats-nouveaux-records-pour-les-chaines-dinfo-en-continu/>

³⁰ Ibidem

³¹ Ibid. page 7, note 7

³² Ibid. page 10, note 17

Selon Laurent Drezner, secrétaire général de *BFMTV* et ancien directeur de la rédaction de *LCI*, le succès de la chaîne tiendrait à la nouveauté de sa démarche : « Le concept a fonctionné, car il était innovant et que les moyens technologiques ont alors permis de diffuser du direct depuis n'importe quel endroit en France et à l'étranger. Ce succès n'est pas acquis mais je crois que la chaîne réussit parce qu'elle tient ses promesses : la restitution en temps réel des événements et le traitement en 20 minutes de l'essentiel de l'actualité³³ »

Avec le lancement de la TNT et l'accès gratuit à *BFMTV* et *iTélé*, l'information en continu gagne à la fois en visibilité et en notoriété.

Ghyslaine Pierrat, Docteur en communication politique et économique, affirmait dans *Le Huffington Post*³⁴ que « la place de toutes ces chaînes d'information en continu est capitale, parce qu'ensemble elles vitalisent le pluralisme de l'information ». Pour elle, ces chaînes font plus qu'informer : « elles tissent un lien social précieux et indispensable, fabriquent un imaginaire collectif, sensibilisent les individus, et provoquent des indignations, des adhésions, des conversations, des implications collectives en rassemblant leur public ». Mais surtout, ces chaînes seraient le reflet du monde dans lequel nous vivons. Elles « respirent le temps présent ».

Dans une émission diffusée sur *France Culture* en juillet 2015³⁵, Jean-Michel Charon, sociologue des médias et chercheur au CNRS disait que « le tout info est l'idéal du journalisme. Depuis que le journalisme existe, c'est la lutte contre le temps, cette idée qu'on essaye en permanence depuis le XVIe, XVIIe siècle de se rapprocher dans le traitement même de l'événement et de son déroulement. Avec l'information en continu on a eu enfin la possibilité d'être à la fois dans l'instantanéité et de suivre l'événement sous forme de live, c'est-à-dire dans sa continuité. »

Si critiquable soit-il, le modèle proposé par *BFMTV* semble avoir inspiré sa consœur *iTélé*. Ses effets se font également sentir à l'échelle des grandes chaînes généralistes,

³³ Entretien réalisé par Thierry Devars le 18 mars 2015

³⁴ *Le Huffington Post* du 13 juin 2013 : « Les chaînes d'infos en continu: quels changements, quels fondamentaux à observer » : http://www.huffingtonpost.fr/ghislaine-pierrat/chaines-dinfos-continu-television_b_3429223.html

³⁵ France culture : « Y a-t-il une BFMisation de la vie médiatique ? » : <http://www.franceculture.fr/emission-le-secret-des-sources-y-a-t-il-une-bfmisation-de-la-vie-mediatique-2015-07-04>

soucieuses de s'adapter aux codes médiatiques contemporains : dynamisme et réactivité, tout en préservant le principe structurant de la hiérarchie de l'information³⁶. Les audiences de *BFMTV* sont en constante progression et atteignent 2,3% de PDA (part de marché) en mars 2015³⁷.

Le direct, *le breaking news* et le flux continu, propres aux chaînes tout info ont donc leurs vertus. Ils ne doivent pas pour autant empêcher la réflexion sur la hiérarchie de l'information, la véracité des faits et la fiabilité des sources.

II. Présentation et objectifs de la nouvelle chaîne d'information en continu

A/ Ligne éditoriale, nature de la chaîne et public visé

Le projet d'une chaîne publique d'information en continu remonte à l'année 2000 mais n'avait pas pu aboutir à l'époque. « En 2000, il y avait un projet de chaîne d'information publique. On a raté l'échéance, et tant pis ? Bah non ! » C'est par cette phrase, que Delphine Ernotte Cunci, actuelle présidente de *France Télévisions*, a présenté, en commission parlementaire, son projet de chaîne d'information en continu, le 28 octobre 2015. Un projet qui existe déjà depuis un moment puisqu'au premier semestre 2015, est paru un rapport présenté par un conseiller d'État, Marc Schwartz, où figure la création d'une chaîne d'information continue, parmi d'autres mesures censées définir *France Télévisions* à l'horizon 2020.

A peine installée à la tête de la grande société télévisuelle, la nouvelle présidente a officiellement donné le coup d'envoi le 24 août 2015, dans une interview au *Monde*³⁸

³⁶ Ibid. page 7, note 7

³⁷ Ibidem

³⁸ Le Monde : « Les ambitions de Delphine Ernotte à la tête de France Télévisions » : http://www.lemonde.fr/actualite-medias/article/2015/08/24/france-televisions-les-ambitions-de-delphine-ernotte_4735067_3236.html

de son premier grand projet : « Dans un monde qui est en train de se fragmenter, où beaucoup de téléspectateurs ne font plus confiance à ce qu'ils entendent, nous voulons une chaîne qui aille plus loin que donner l'information », peut-on y lire. « Et qui permette de comprendre, d'exposer des points de vue différents, d'éclairer et de décrypter, au-delà de l'information brute et parfois brutale que l'on peut voir sur les chaînes en continu ». Ainsi, la nouvelle chaîne souhaite proposer un angle éditorial différent des trois autres chaînes d'information en continu présentes sur la TNT.

Gerard Dagognet, directeur délégué à l'information chargé du projet de la chaîne d'information *France Télévisions*, a annoncé lors de la conférence « Quatre chaînes d'info, est-ce trop ? » au Centre de Congrès Vinci pour les Assises du Journalisme qui se sont déroulées le 10 mars 2016, en présence de Hervé Bérout, directeur de la rédaction *BFMTV*, Nicolas Charbonneau, directeur adjoint de l'information *TF1/LCI*, et Guillaume Zeller, directeur de la rédaction *iTélé*, que l'objectif serait celui « d'apporter une nouvelle ligne éditoriale qui se différencie de la simple sphère de l'information en continu diffusée de manière linéaire. Nous voulons apporter plus de pédagogie, de décryptage et d'analyse plutôt que de jouer sur les émotions et les sensations. »³⁹ Selon un article de *Libération*⁴⁰, la chaîne produira des courtes vidéos sans son, incluant de nombreuses infographies et du texte, adaptées au format mobile. Ces modules seront diffusés sur YouTube, les réseaux sociaux ou le site *France TV Info*. Privilégiant le décryptage et l'explication, ils sont au cœur de l'objectif pédagogique de la chaîne : celle-ci se différencierait alors des propositions des concurrents en cherchant moins l'immédiateté et la répétition. « Les rédactions de *France Télévisions* et de *France Info* se sont retrouvées sur les mêmes valeurs, celles de prendre le temps de vérifier et recouper une information », indique Estelle Cognacq, rédactrice en chef de l'agence de *France Info* et enseignante à la section journalisme du CELSA. « On est prêts à perdre cinq minutes pour être sûrs de délivrer une information correcte ». Elle explique que si *France Télévisions* et *France*

³⁹ assises.journalisme.epjt : <http://assises.journalisme.epjt.fr/leresume-quatre-chaines-dinfo-est-trop>

⁴⁰ *Libération* du 13 janvier 2016 : http://www.liberation.fr/futurs/2016/01/13/france-teles-danger-public-pour-les-chaines-d-info_1426257

Info n'ont pas la même information, les rédactions seront mises en relation pour en discuter et si besoin, un supérieur tranchera entre les deux versions.

Pour Julia Cagé, économiste française auteure du livre : Sauver les médias: Capitalisme, financement participatif et démocratie, le fait d'émaner du service public peut permettre à la nouvelle chaîne de se démarquer de ses concurrentes privées : « Tout le défi de cette nouvelle chaîne va être de proposer quelque chose de différent et de ne pas simplement reproduire à l'identique l'existant. On a vu, par exemple au moment des attentats, les dérives des chaînes privées, qui ont diffusé de fausses informations ou mis en danger des otages tout simplement pour augmenter leur audience. La chaîne du service public devra s'avoir éviter de tels écueils. Et à terme, pourrait devenir une chaîne de référence pour les spectateurs français à la recherche d'une information fiable ». ⁴¹

Ivan Valerio, rédacteur en chef du service web de *BFMTV* dénonce quant à lui le risque de voir une nouvelle chaîne reproduire un travail similaire à celui de ses concurrentes ⁴² : « Ils veulent faire du décryptage mais je pense que le jour où il y aura un attentat, ils seront en direct comme tout le monde, je ne vois pas comment il pourrait en être autrement. Si faire du décryptage c'est mettre quatre personnes autour d'une table et faire un talk, ce sont des choses que l'on fait depuis des années. A *BFMTV*, il y a du talk, du débat et des invités tous les jours à 8h35, 19h, 20h et 21h ». Rien d'innovant, donc, de la part de *France Télévisions*. Et Germain Dagognet en est bien conscient : « Tout le monde fait du décryptage et de l'analyse. On essaiera de le faire différemment et que le meilleur gagne ». Il ne souhaite pas pour autant la disparition des autres chaînes d'information en continu présentes sur la TNT. « La France est le seul pays en Europe qui ne dispose pas de chaîne de service public d'information. Notre but n'est pas de faire de l'ombre aux trois autres chaînes. Des approches différentes ne peuvent être que bénéfiques ».

⁴¹ Entretien réalisé le 24 avril 2016 (voir annexe 2)

⁴² Entretien réalisé le 21 avril dans les locaux de *BFMTV* (voir annexe 3)

La chaîne émane donc du service public. C'est sa nature et on peut se poser la question suivante : pourquoi y a-t-il besoin d'une chaîne publique ? La télévision publique suit une logique d'engagement, alors que la télévision privée suit une logique d'optimisation commerciale et financière⁴³. Cette logique d'engagement ne se décline pas uniquement en cahier des charges. Elle se traduit aussi par une série d'objectifs de programmes, figurant dans un contrat signé avec l'État actionnaire. La télévision publique répond également à un objectif de large audience, atteint par la complémentarité des audiences des différentes chaînes. La nouvelle chaîne répond à cet objectif grâce aux différents partenaires impliqués dans le projet. La première priorité de la télévision publique est l'information, la deuxième la création. Priorités qui sont respectées pour la nouvelle chaîne, qui se veut avant tout une chaîne d'information continue et qui innove en donnant la priorité au décryptage.

Quant à l'approche différente de la chaîne, c'est notamment celle du public visé. En effet, la cible numéro un, ce sont les jeunes, et c'est pour cette raison que la chaîne sera lancée en priorité sur internet. « On va essayer d'être présent sur l'ensemble des plateformes avec une nouvelle offre d'info prioritairement destinée à ceux qui consomment l'information sur le web, sur le smartphone, les réseaux sociaux et sur tablette. La TNT n'est qu'un accessoire pour se donner une certaine force de notoriété au départ », confie le directeur délégué à l'information aux Assises du Journalisme. Avant d'être une chaîne de télévision classique, elle sera donc avant tout une offre mobile. Dans le journal *Le Monde*⁴⁴, Delphine Ernotte a fait part de sa volonté de rattraper les jeunes qui délaissent les journaux télévisés traditionnels. En effet, l'âge moyen du téléspectateur de *TF1* est de 49 ans et celui de *France 2*, 57 ans⁴⁵. Et ce chiffre ne cesserait d'augmenter du fait de la désaffection des 15-34 ans et singulièrement des 15-24 ans. « Le coeur de notre projet est de répondre à une évolution de l'époque », indique Germain Dagognet. « Aux Etats-Unis, les gens

⁴³ [senat.fr](https://www.senat.fr/rap/r02-352/r02-3522.html) du 24 mai 2016 : « Mr Marc Tessier, président de France Télévisions » <https://www.senat.fr/rap/r02-352/r02-3522.html>

⁴⁴ Ibid. page 18, note 38

⁴⁵ D'après une étude de Médiamétrie en 2012.

passent plus de temps devant le mobile que la télévision. Il y a un tournant qui s'opère. On a donc construit un système hybride : un flux, qu'on retrouvera sur le smartphone et les tablettes, ainsi qu'une offre linéaire, via la chaîne TNT. Ce sont deux canaux. Cela implique une nouvelle façon de raconter l'actualité. Les temps changent et on ne peut pas passer à côté de cette révolution ».

En effet, d'après le livre de Thierry Devars, une étude parue en juillet 2015 montre que près de 70% des téléspectateurs utiliseraient un autre média pendant qu'ils regardent la télévision. Et en 2014, aux Etats-Unis, le temps passé devant un support mobile -smartphone et tablette confondus- dépasse désormais celui passé devant un écran de télévision : 194 minutes contre 147. La nouvelle chaîne d'information se veut donc stratégiquement une chaîne avant tout numérique, afin de toucher un large public et adapter son format aux changements de la société.

Olivier Schrameck, Président du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA) était l'invité de l'émission « Les 4 vérités » le 13 avril 2016 sur France 2⁴⁶. Favorable au projet, il a énoncé les singularités de la chaîne qui selon lui, lui permettront de se démarquer des autres : « Le service public a des valeurs particulières, il a des valeurs d'analyse, il est comptable de tout ce qui unit les Français et les soude. Il est comptable aussi, tout particulièrement, de porter leur culture et leurs valeurs, sur leur territoire et à l'extérieur, et c'est en illustrant ces valeurs, que cette chaîne trouvera sa singularité et sa résonance ».

Dans la rubrique « Le fait média du jour » du 11 mars 2016 sur *Europe 1*⁴⁷, Jérôme Ivanichtchenko déclare que « sur le plan éditorial, la chaîne pourrait s'orienter vers un modèle à l'anglo-saxonne à l'instar de *BBC News*, comme le rêve Michel Field, directeur de l'information de *France Télévisions* ». Dans « L'instant M » du 11 avril 2016 sur *France Inter*⁴⁸, Sonia Devillers s'adresse à Germain Dagognet en lui demandant si le but de sa chaîne est bien la création d'une *BBC* à la française, c'est-à-

⁴⁶ <http://www.csa.fr/es/Espace-Presses/Le-CSA-dans-les-medias/Olivier-Schrameck-invite-de-l-emission-les-4-verites-de-Telematin-sur-France-2>

⁴⁷ <http://www.europe1.fr/emissions/le-fait-medias-du-jour/chaine-dinfo-publique-la-date-de-lancement-devoilee-2690245>

⁴⁸ <http://www.franceinter.fr/emission-l-instant-m-toutes-les-questions-sur-la-future-chaine-d-info-publique>

dire rapprocher tous les services de l'audiovisuel public français. Ce a quoi le responsable du projet répond : « Notre projet n'est pas de faire une *BBC* à la française. Il y a avant tout un projet éditorial qui est celui de créer un service public de l'information en France qui va exister partout : à la radio, à la télé et sur tous les supports numériques existants ou à venir. »

B/ Les partenaires

Et en effet, la nouvelle chaîne publique d'information en continu de Delphine Ernotte a été réalisée conjointement avec *Radio France*. « Ce sera cependant uniquement *France Info* qui va faire partie du projet et pas l'ensemble des radios communes à *Radio France* », précise Julia Cagé⁴⁹. Quant aux autres partenaires, Germain Dagonnet les a annoncés publiquement lors des Assises du Journalisme : « Le projet réunit *France Télévisions*, *Radio France*, *France Média Monde* donc *France 24* et *l'Institut National de l'Audiovisuel*, ce qui représentera aux alentours de 167 personnes, équipe dédiée. Le travail de *France Info* est déjà un travail collectif d'après Antoine Bayet, directeur de l'information numérique de la station radio⁵⁰ : « Quand on fait une édition spéciale à *France Info*, les journalistes de *France Bleu* contribuent déjà à notre travail et cela va continuer. Même si ce n'est pas la priorité du projet, il pourrait y avoir des contenus venus des autres radios de *Radio France* sur la nouvelle chaîne d'information continue, comme des chroniques issues du *Mouv'* par exemple. L'idée est d'aller chercher les meilleures compétences partout où elles se trouvent au sein de l'audiovisuel. ».

167 personnes sont déjà sur le projet mais d'autres journalistes pourront y participer en tant qu'appartenants aux rédactions de ces quatre grandes entités⁵¹ ». *France Télévisions* va donc privilégier une embauche en interne : « Notre envie est de

⁴⁹ Ibid. page 20, note 41

⁵⁰ Interview réalisée le 16 mai 2016 à la Maison de la Radio (voir annexe 4)

⁵¹ *Horizons médiatiques* : vidéo du débat des Assises du Journalisme : <http://horizonsmediatiques.fr/2016/03/le-big-bang-des-chaines-dinfo-gratuites-en-france/>

trouver à *France Télévisions* les compétences qui nous sont nécessaires pour bâtir cette nouvelle offre. Des talents, on en a pas mal ici. C'est d'abord envers les salariés de *France Télévisions* ou de nos partenaires que nous nous tournerons pour savoir si certains d'entre eux sont volontaires pour rejoindre l'équipe dédiée à cette future offre d'information. Si on est capables de trouver toutes ces compétences en interne je serais ravi mais si ce n'est pas le cas, on ira chercher à l'extérieur des compétences⁵² » indique Germain Dagognet qui ajoute dans une interview accordée à *puremédi*⁵³ le 19 janvier 2016 que l'objectif de *France Télévisions* est de trouver un minimum de 50% des équipes par le biais du redéploiement. Un but qu'il ne craint pas puisqu'il affirme recevoir des dizaines de candidatures spontanées par jour en provenance de la maison et de ses partenaires. Quant aux recrutements extérieurs, ils n'impliqueront pas forcément des licenciements en interne bien qu'il faille « rester prudent et attentif sur la masse salariale de *France Télévisions* ».

Du côté de *France Info*, Antoine Bayet annonce que 28 postes seront créés au sein de l'équipe afin de faciliter la contribution sur cette nouvelle chaîne télévisée⁵⁴. « 13 postes de journalistes seront créés et il y aura 15 postes de techniciens supplémentaires. A l'échelle de *France Info*, ça représente beaucoup puisqu'il y a actuellement 130 journalistes qui y travaillent, donc c'est 10% de notre effectif ». Et il affirme qu'il n'y aura aucun licenciement : « Des postes qui changent de nature ou des personnes qui partent à la retraite oui, mais des licenciements, non. »

Mais si à *France Télévisions* il faut faire attention à la masse salariale, c'est parce que le projet démarre avec un budget de six millions d'euros pour les premiers mois, soit deux fois moins que celui de *BFMTV* à son lancement, avec 13 millions d'euros et six fois moins qu'*iTélé*, qui a démarré avec un budget de 37 millions d'euros.⁵⁵ Une information confirmée par Germain Dagognet lors de son interview à *puremédi* :

⁵² Ibid. page 23 note 51

⁵³ <http://www.ozap.com/actu/germain-dagognet-detaille-la-future-chaine-info-de-france-televisions/488186>

⁵⁴ Ibid. page 23, note 51

⁵⁵ *Challenges* du 5 janvier 2016 : <http://www.challenges.fr/challenges-soir/20160105.CHA3498/comment-bfm-tv-a-ecrase-itele.html>

« A ce jour, dans le budget 2016 a été provisionnée une enveloppe de six millions d'euros et cela ne préjuge pas du budget de 2017. » Julia Cagé parle elle de 50 millions d'euros par an, soit un budget similaire a celui de *BFMTV*⁵⁶. Celui d'*iTélé* n'excède pas 40 millions d'euros.

Néanmoins, le grand avantage pour cette nouvelle chaîne c'est qu'elle sera diffusée sur la TNT à priori sans publicité : « Pas de publicité, c'est une spécificité importante pour une chaîne publique par rapport aux chaînes privées », indique Julia Cagé. « Cela permet d'offrir aux téléspectateurs une information de meilleure qualité qui ne soit pas entrecoupée par des pages de pub interminables. Cela permet aussi de se focaliser sur la qualité et de se détacher des contraintes d'audience, audience sur laquelle les chaînes privées ont les yeux rivés pour maximiser leurs revenus publicitaires ».

En revanche, l'absence de publicité sur cette nouvelle chaîne serait « une catastrophe » pour ses concurrentes selon Ivan Valerio⁵⁷ : « Le temps de consommation de *BFMTV* est assez court pour une chaîne de télévision, il tourne autour de 25 minutes en moyenne par jour. Ce qui veut dire que les téléspectateurs peuvent être confrontés à la publicité pendant ce temps-là. S'ils décident de zapper et que sur l'autre chaîne d'information il n'y a pas de publicité, ça va être très pénalisant pour nous. » Devant l'absence de recettes publicitaires, la nouvelle chaîne sera financée par la redevance, c'est-à-dire via les impôts. Le seul moyen pour une chaîne télévisée de survivre sans publicité, c'est la subvention de l'Etat et pour cela, elle doit nécessairement être publique. Une chaîne privée comme *BFMTV*, *iTélé* ou *LCI* ne peut pas se passer de la publicité.

⁵⁶ Ibid. page 20, note 41

⁵⁷ Ibid. page 20, note 42

C/ Les programmes

Selon *Médias le Mag*⁵⁸, la radio *France Info* sera chargée depuis ses studios de faire le rappel des titres tous les quarts d'heure, information qui reste à confirmer. Les journaux de la nuit entre minuit et six heures seront fabriqués par *France 24* et les journaux en journée seront élaborés par *France Télévisions*. « Il y aura un journal à l'heure et à la demi-heure, c'est la pulsation de l'actualité », indique Germain Dagognet lors de son interview à *puremédi*as.

Antoine Bayet explique que *France Info* fournira quatre contenus éditoriaux à la chaîne de télévision : le premier est une émission politique le matin, sur le créneau 8h30-9h00 et pas 7h45-8h00 comme le fait aujourd'hui la station radio. « L'idée est d'inviter une personnalité politique et d'allier un autre contenu à l'interview. Nous faisons à *France Info* un zapping le matin à 8h25 donc on va probablement l'inclure dans l'émission afin de constituer une grosse tranche politique qui dure une demi-heure, en frontal avec ce qu'il se passe à cette heure-là sur *BFMTV* avec Jean-Jacques Bourdin. »⁵⁹

Le deuxième contenu englobe deux émissions. L'émission talk du soir, « Les informés », diffusée de 20h à 21h, que les équipes vont éditer dans le but de l'adapter au format télévisé en y ajoutant des images pour illustrer ce qu'il se raconte dans les studios. « Le principe de l'émission restera le même », affirme Antoine Bayet : « quatre ou cinq sujets d'actualité creusés et débattus ». La deuxième émission est également un talk avec des invités, mais centrée sur le sport et diffusée probablement de 21h à 21h30.

Concrètement, cela signifie qu'une émission qui existe sur *France Info* pourra exister en version télévisée sur la chaîne en continu.

Le troisième produit est le rappel des titres, que *France Info* va livrer quatre fois par heure. Les rappels de titre existent déjà sur la station et ont lieu à la minute 15, 23, 45 et 53 de chaque heure pour proposer l'actualité en une minute. « C'est l'un des

⁵⁸ Médias le Magazine du 24 janvier 2016 sur France 5

⁵⁹ Ibid. page 23, note 50

produits pour lesquels la radio *France Info* est la plus écoutée et c'est aussi le moins bien défini », poursuit Antoine Bayet. « On va donc profiter de notre participation à la chaîne d'info en continu pour revisiter ce produit ». Ce n'est pas confirmé mais les rappels de titre pourraient avoir lieu aux minutes 10, 20, 40 et 50. « On ne les fait pas aux minutes 0 et 30 car à ce moment, *France Télévision* proposera des JT. Donc on vient compléter les tranches horaires de la télévision pour que le téléspectateur ne soit jamais à plus de dix minutes de l'information. Ces rappels de titre vont passer à la radio et à la télévision en même temps, ce qui représente une gageure technique ».

Le quatrième contenu sont les éditions spéciales. « Quoi qu'il arrive, si l'actualité s'y prête, *France Info* fait une édition spéciale et continuera de le faire. La possibilité est ensuite offerte à la chaîne de télévision de la diffuser ou non en fonction de leurs équipes et du temps qu'elles mettent à arriver sur les lieux. »

D'autre part, Estelle Cognacq ajoute que *France Info* utilisera également sa nouvelle agence d'information, qui permettra de centraliser l'information à *France Info*, d'optimiser la circulation des informations et leur mise en valeur sur l'antenne, le numérique et les réseaux sociaux. L'agence interne produira, en cible, 20h/24 et 7j/7 un fil de dépêches et des éléments pour les journaux. « Cette agence est le cœur de l'harmonisation éditoriale entre les rédactions de *France Info* et de *France Télévisions* », explique-t-elle.

Chaque contenu radio destiné à la chaîne de télévision se diffuse depuis un endroit différent : « les émissions seront enregistrées au deuxième étage de la *Maison de la Radio*, le studio 211, grand studio actuellement en construction destiné à faire aussi bien radio que télé », indique Antoine Bayet. « Les rappels de titre seront fait au sein des studios de *France Info*, dans un lieu en cours d'aménagement ».

La Maison de la Radio possède deux studios d'antenne identiques. L'un des deux va être amélioré pour produire, enregistrer les programmes et diffuser une image de meilleure qualité que celle produite actuellement dans les studios filmés.

Enfin, le studio 421 de *France Info* au troisième étage, servira à enregistrer les éditions spéciales.

Radio France a prévu un million d'euros pour les investissements en équipements vidéos des studios d'après Antoine Bayet, et un budget beaucoup plus limité pour

l'aménagement du lieu où seront faits les rappels des titres : quelques dizaines voire centaines de milliers d'euros.

Frédéric Wittner, rédacteur en chef vidéo de *France Info* annonce que la station radio participera quotidiennement au sein de la nouvelle chaîne d'information en continu pendant 3h30⁶⁰. « Ce sont des programmes *France Info* qui seront diffusés sur notre antenne, ce ne sont pas des programmes que l'on produit à côté pour la télé. »

En dehors de ces 3h30, l'antenne de *France Info* reste une station radio non diffusée par une chaîne de télévision. « Rien de ce qui est fait sur l'antenne de *France Info* ne doit être perturbé par sa contribution à la chaîne télévisée », déclare Antoine Bayet⁶¹. « L'auditeur ne doit être privé de rien. Sur le rappel des titres par exemple, on ne va pas attendre d'avoir l'image pour donner une information. Jamais un présentateur radio ne fera référence à la chaîne de télévision. Rien ne va changer car il y a quatre millions d'auditeurs par jour à *France Info* et l'on souhaite continuer de produire ce qui leur plaît. »

Le flux d'information de la chaîne sera diffusé de 6h00 à minuit du lundi au dimanche.

De son côté, *France 24* a proposé de prendre le relais la nuit, de minuit à 6h du matin. « *France 24* la nuit, ce sera un regard sur le monde que personne ne propose. Sur une partie du globe, c'est pendant la nuit que cela se passe et personne ne le traite ! » s'indigne Germain Dagognet⁶². Des modules consacrés à l'international auront également lieu en journée et seront traités par *France 24*.

France TV Info, le site d'information de *France Télévisions* prendra également sa part au projet, dans la partie « délinéarisée » c'est à dire sur l'offre numérique : « *France TV Info* va muter, évoluer, avec un apport en vidéos substantiel et une capacité à faire du *breaking news* », confie Germain Dagognet à *puremédiatv*. « Dans l'application, on pourra imaginer qu'elle se modifie en fonction de l'actualité. Même si notre ligne générale est de ne pas être dans la sensation ou l'émotion, le *breaking*

⁶⁰ Entretien réalisé par Winny Claret, étudiante en journalisme au CELSA le 13 avril 2016 à la Maison de la Radio

⁶¹ Ibid. page 23, note 50

⁶² Ibid. page 23, note 51

news, ça existe ! » Le site a été l'un des premiers sites selon le responsable du projet à instaurer un dialogue avec son audience. La chaîne d'information veut conserver cet esprit en permettant aux téléspectateurs d'interagir avec la rédaction et de poser des questions qui obtiendront une réponse dans les plus brefs délais.

D'autre part, les équipes de *France 2* et *France 3* collaboreront également avec cette nouvelle chaîne. Cela ne veut pas dire que celles-ci ne passeront plus en édition spéciale quand l'actualité l'impose : « Si David Pujadas fait une édition spéciale sur *France 2*, on ne produira pas une spéciale supplémentaire. Ce sera au cas par cas », précise Germain Dagognet⁶³. « Lors des attentats du 13 novembre, *TF1* a basculé sur *LCI*. Il faut s'en inspirer, cela a bien fonctionné. Il ne faut pas disperser ses forces quand un événement est fort et unique. On peut donc parfaitement imaginer David Pujadas sur le plateau de la chaîne info pour une édition spéciale ».

D'après le site news-room.fr⁶⁴ qui détient l'information du journal *Les Echos*, il devrait y avoir au sein de la nouvelle chaîne d'information, un *desk* composé de journalistes et de rédacteurs en chef, qui pourront produire des sujets et puiser dans les productions des autres rédactions du groupe.

En outre, Germain Dagognet précise lors des Assises du Journalisme⁶⁵ qu'il faut tenter de réécrire le scénario du journal, « afin d'être moins figé derrière un bureau. » Il ajoute : « On doit trouver de nouvelles méthodes de narration, on ne doit plus écrire les sujets comme on le faisait il y a vingt ans. C'est là qu'on sera innovant. »

L'illustration par des infographies serait également prévue afin de mieux illustrer les sujets d'actualité selon Matthias Monceaux, journaliste web à *Univers Freebox*⁶⁶.

Aligner les choix éditoriaux et les faire accepter par les nombreux partenaires sans discorde ne sera sûrement pas une mince affaire. Mais Germain Dagognet a déjà présenté la solution pour articuler l'ensemble des rédactions : « Il est fort possible

⁶³ Ibid. page 23, note 51

⁶⁴ Newsroom : « La nouvelle chaîne d'info de France Télévisions se dessine » : <http://news-room.fr/2016/01/la-nouvelle-chaine-info-de-france-televisions-se-dessine/>

⁶⁵ Ibid. note 63

⁶⁶ universfreebox.com : « La nouvelle chaîne d'info de France Télévisions pourrait reprendre le canal Numéro 23 » : <http://www.universfreebox.com/article/32682/La-nouvelle-chaine-d-informations-de-France-Televisions-pourrait-reprendre-le-canal-de-Numero-23>

que sur un événement d'actualité internationale à l'étranger, on donne l'antenne du *breaking news* à *France 24*. De la même façon, on peut très bien être amené à donner le *breaking news* à *France Info* puisque parfois sur certains faits d'actualité en France, les images mettent un certain temps à arriver et que certaines chaînes d'information en continu se contentent alors de parler sur une carte avec un point qui clignote. Je pense que *France Info*, avec l'ensemble de son réseau et son studio de télévision, sera plus efficace que *France Télévisions* pour récupérer rapidement les images.⁶⁷ »

Le responsable du projet parle de « coordonner » les rédactions plutôt que de les « uniformiser ». Il souhaite que chaque média conserve sa propre ligne éditoriale afin « de voir toutes les marques » : « Si *France 3 Bretagne* livre une information, elle sera présentée comme telle à l'antenne », conclut-il.

Il peut néanmoins sembler contradictoire de vouloir garder des rédactions indépendantes dans un projet avec un nom unique.

⁶⁷ Ibid. page 22, note 48

D/ Nom et lancement de la nouvelle chaîne publique d'information en continu

En effet, *Le Figaro*⁶⁸ révèle jeudi 31 mars 2016 que la chaîne s'appellera *France Info*. Ce nom a été confirmé par un communiqué de Mathieu Gallet, président de *Radio France*, envoyé à tous les salariés de son groupe vendredi 8 avril après le comité d'entreprise, d'après « L'instant M » du 11 avril sur *France Inter*⁶⁹. Selon Germain Dagognet, présent à l'émission en compagnie de Laurent Guimier, directeur de *France Info*, le nom ne serait pourtant pas encore acté et sera traité « au terme du processus de fabrication de ce service public d'information ».

Selon le site *Intégrales*⁷⁰, le nom pressenti permettrait de répondre à la vision politique de rassembler l'offre d'information publique (radio, télévision et web) sous une seule marque ainsi que de capitaliser sur la bonne santé de *France Info*. La station d'information de *Radio France* a en effet remonté à 8,4 % pendant la période novembre-décembre 2015, selon Médiamétrie. Elle réalise son meilleur score depuis trois ans avec + 0,3 point en un an. Pour la station, cela représente 4 484 000 auditeurs, soit 199 000 auditeurs de plus en un an. *France Télévisions* y gagne, donc. Mais qu'en est-il de *France Info* ? « Si *France Info* radio contribue à un projet qui porte le même nom, c'est pour nous un rayonnement supplémentaire de la marque déjà connue par 92% des Français », se réjouit Antoine Bayet⁷¹. « Si on est prêt à aller vers ce projet d'une chaîne télévisée d'information en continu, c'est parce que l'on sait que notre avenir ne va pas s'écrire dans des postes radio qui n'ont pas d'écrans. Les nouveaux supports qui permettent d'écouter la radio aujourd'hui ont tous des écrans. Donc à partir de là, soit on fait quelque chose dans notre coin, soit on

⁶⁸ *Le Figaro* : « La nouvelle chaîne d'info publique va s'appeler France Info » : <http://www.lefigaro.fr/flash-eco/2016/03/31/97002-20160331FILWWW00139-la-nouvelle-chaîne-d8217info-publique-va-s8217appeler-france-info.php>

⁶⁹ Ibid. page 22, note 48

⁷⁰ *Intégrales* du 10 mars 2016 : « Dagognet : La nouvelle chaîne TV de service public ne sera pas une chaîne d'infos en continu » : <http://www.integrales-productions.com/2016/03/10/quatre-chaines-dinfos-quatre-inconnues/>

⁷¹ Ibid. page 23, note 50

profite du coup d'accélération énorme de *France Télévisions* qui peut nous permettre une impulsion considérable de nos projets. Sans la participation de *France Télévisions*, ces projets auraient mis un temps fou à se concrétiser. Ça vaut donc le coup d'y aller et si ça s'appelle *France Info*, tant mieux, cela voudra dire que les gens connaîtront le nouveau visage de la chaîne radio ».

Bien que certains journalistes de *France Info* partagent cet avis, le choix du nom ne fait pas l'unanimité à la rédaction. C'est le cas de Frédéric Wittner, qui a réagi à cette appellation⁷² : « Si la chaîne se nomme *France Info*, cela implique que le public, qui connaît depuis 30 ans la radio *France Info*, va voir en septembre une chaîne télévisée baptisée du même nom mais qui n'est pas tout le temps *France Info* la radio ». Il explique que cela peut créer des confusions dans l'esprit des téléspectateurs et des auditeurs : « S'ils branchent *France Info* la radio et en même temps *France Info* la télé, ils ne verront et n'entendront pas du tout la même chose ! » Il indique que ce nom crée une polémique « puisqu'on va donner notre nom à un projet auquel on participe de façon importante mais minoritaire ». Sans oublier le numérique : « Sur le web, il y a déjà *France Tv Info* qui marche très bien. Donc cela suscite des questions : est-ce que *France TV Info* va disparaître ? Est-ce qu'il y aura deux sites réunis sous une même URL ? On ne sait pas répondre à toutes ces questions techniques, juridiques, numériques et symboliques », conclut le rédacteur en chef vidéo de la rédaction. Les rédactions des partenaires s'alarment également de ce nouveau nom. Dans un communiqué daté du 11 mars 2016, les trois sociétés de journalistes concernées : *France 2*, *France 3* et *France TV Info*, ont jugé ce choix « inacceptable », craignant « la confusion que ce choix susciterait dans l'esprit des téléspectateurs, des auditeurs et des internautes » entre la radio, la télévision et le web⁷³. De plus, cette dénomination pourrait faire disparaître la marque *France TV info*, nom du site internet des rédactions de *France Télévisions* qui compte pourtant 34 millions de visites en février 2016 (OJD/ACPM).

⁷² Ibid. page 28, note 60

⁷³ *Le Monde* du 31 mars 2016 : « Tensions à France Télévisions autour du projet de chaîne d'info » : http://www.lemonde.fr/actualite-medias/article/2016/03/31/la-future-chaîne-d-information-publique-s-appellera-france-info_4893296_3236.html

France Télévisions aura davantage la main sur ce projet que *Radio France* puisque c'est Delphine Ernotte qui a donné une grande impulsion à la chaîne, et que ce sont les journalistes de *France Télévisions* qui ont le plus de travail puisqu'il s'agit de créer une chaîne en partant de zéro, sans rédaction ni canal, explique Antoine Bayet. « *France Info* est une station qui existait déjà bien avant l'idée du projet, il n'y a donc rien à construire et le travail fourni à *France Info* est donc minime par rapport au travail de *France Télévisions* ».

Mais pas de risques, néanmoins, selon Germain Dagognet et Laurent Guimier, que la chaîne radio soit « aspirée » par le groupe de télévision puisque la radio fera aussi de la télévision et qu'elle aura toujours sa place au sein du projet. Frederic Wittner ajoute à cela que la participation quotidienne de la radio *France Info* dans cette nouvelle chaîne, à savoir 3h30 par jour, n'est pas anecdotique mais n'est pas non plus suffisante pour que la télévision annexe la radio. Celle-ci aura donc besoin d'exister et d'avoir son identité propre en parallèle au projet.

Selon *Le Monde*⁷⁴, *France Info*, le nom qui a le premier incarné l'information en continu en France, va donc devenir celui d'une offre publique d'information unifiée entre la radio, la télévision et le numérique.

Lors des Assises de Journalisme à Tours, Germain Dagognet a officiellement annoncé la date de lancement de la nouvelle chaîne. Elle est fixée au jeudi 1er septembre 2016 à 18 heures précises, d'abord sur le web, pour pouvoir viser les jeunes, puis sur la TNT, « *le jour du démarrage ou le lendemain* »⁷⁵.

Quant au patron de cette chaîne publique, *Le Figaro*⁷⁶ indique que Stéphane Dubun a été nommé à la tête du projet afin de « mettre en cohérence les informations émanant

⁷⁴ *Le Monde* du 11 avril 2016 : « Francetv Info contre France Info TV, la tension monte » : http://www.lemonde.fr/actualite-medias/article/2016/03/11/francetv-info-contre-france-info-tv-la-tension-monte_4881227_3236.html

⁷⁵ Ibid. page 23 note 51

⁷⁶ *Le Figaro* du 14 avril 2016 : « Stéphane Dubun à la tête de la chaîne TV France Info » : <http://www.lefigaro.fr/medias/2016/04/14/20004-20160414ARTFIG00194-stephane-dubun-a-la-tete-de-la-chaine-france-info.php>

des différents partenariats sur une antenne linéaire » selon les mots de Laurent Guimier sur *France Inter*⁷⁷.

Stéphane Dubun est l'adjoint du directeur délégué à l'information de *France Télévisions*. Titulaire d'une Maîtrise en droit et diplômé de l'IUT de journalisme de Bordeaux, il débute sa carrière en 1992 comme reporter à *France 2*. En 1996, il devient grand reporter au service politique étrangère de *France 3 National*, puis chef de service adjoint en 2003. En 2008, il rejoint *France 24* en tant que rédacteur en chef, puis secrétaire général des antennes. Toujours selon *Le Figaro*, le patron de la future chaîne d'information sera secondé par un duo de deux rédacteurs en chef chargés l'un des news et l'autre des modules et magazines. Le premier a déjà été choisi et les recrutements sont en cours pour nommer le second.

La question du canal de diffusion est encore à traiter selon Germain Dagognet : « Nous avons dans notre plan de fréquence la possibilité de faire une place pour cette chaîne d'information en continu mais la question n'est pas encore tranchée. »⁷⁸

Selon *Valeurs actuelles*⁷⁹, la chaîne devrait émettre ses premiers programmes sur le canal 37 de la TNT. *Le Figaro*⁸⁰ parle quant à lui du canal 27. Mais Sonia Devillers précise sur *France Inter*⁸¹ que Michel Field, directeur de l'information de *France Télévisions* a promis une place sur la TNT parmi les 20 premières places. *Intégrales*⁸² a pour sa part envisagé deux solutions : le canal 23, en cas d'arrêt de *Numéro 23* ou le canal 14, place actuelle de *France 4*. Ce à quoi le site d'information des chaînes d'info *Newsroom*⁸³ ajoute la possibilité du canal 19 où se trouve *France Ô*. « On

⁷⁷ Ibid. page 22, note 48

⁷⁸ Ibid. page 23, note 51

⁷⁹ *Valeurs actuelles* du 14 avril 2016 : « La chaîne d'information en continu de France Télévisions dotée d'un patron » : <http://www.valeursactuelles.com/societe/la-chaine-dinformation-en-continu-de-france-televisions-dotee-dun-patron-61043#>

⁸⁰ Ibid. page 33, note 76

⁸¹ Ibid. page 22, note 48

⁸² Ibid. page 31, note 70

⁸³ Ibid. page 29, note 64

parle de plus en plus du canal 14 », indique Julia Cagé⁸⁴. « Cela permettrait à la chaîne publique d'être la « première » des chaînes d'information en continu, avant *BFMTV* sur le canal 15, *iTélé* sur la 16 et *LCI* sur le canal 26 ».

Mais d'après *Newsroom*, Olivier Schrameck, président du CSA, a en tout cas prévenu qu'il ne sera pas possible de procéder à des échanges de fréquence.

Quant au slogan, les copilotes du projet, Laurent Guimier et Germain Dagognet, ont annoncé sur *France Inter* qu'il pourrait s'agir de « Ensemble ».

III. Que va faire la concurrence ?

A/ Y a t-il de la place pour tout le monde ?

Avec les deux chaînes d'information historiques, *BFMTV* et *iTélé* et avec l'arrivée de *LCI* sur la TNT gratuite, cette nouvelle chaîne de service public portera en effet à quatre le nombre de chaînes d'information en continu présentes sur la TNT. Sans oublier les deux chaînes payantes, *France 24* et *Euronews*. La France compte donc déjà cinq chaînes d'information en continu, six avec la chaîne publique qui arrivera le 1er septembre. Est-ce trop ? C'était la question posée lors du débat des Assises du Journalisme. Guillaume Zeller, directeur de la rédaction de *iTélé*, chaîne qui a perdu 15 millions d'euros en 2015 selon l'*AFP*. Il pense qu'il sera possible de continuer à exister avec quatre chaînes d'information sur la TNT : « Le changement du nombre d'acteurs sur l'info en continu sur la TNT gratuite nous challenge mais on n'est pas paralysés par la pensée de se dire qu'il y en a un qui va disparaître, c'est plutôt une incitation à se battre et à ne pas lâcher le terrain, il n'y a pas de fatalité.⁸⁵ » Nicolas Charbonneau, lui, partage son point de vue, à condition que *LCI* et la nouvelle chaîne soient innovantes : « Moi j'ai la conviction que la part du gâteau va grossir car l'appétit d'information des Français est de plus en plus grand chaque jour. Si on est intéressant, si on sait être captivant, si on fait une information différente, alors il y a

⁸⁴ Ibid. page 20, note 41

⁸⁵ Ibid. page 23, note 51

de la place pour tout le monde. Si on présente la même chose que tout le monde, à ce moment-là il n'y a pas de raison de nous regarder.⁸⁶ » Marie-Laure Augry, l'ancienne présentatrice du JT de 13 h sur *TF1*, était également l'invitée des neuvièmes Assises du journalisme et rejoint le point de vue de Nicolas Charbonneau : « Ma question, c'est de savoir si toutes ces chaînes d'information pourront vivre. Je pense que oui, car la curiosité des Français pour l'information est très forte. D'ailleurs, les chaînes d'information en continu n'ont pas annihilé les grands journaux des chaînes historiques. Et quand il y a un grand rendez-vous politique, comme les soirées d'élection, ça marche encore très bien !⁸⁷ »

En revanche, pour Hervé Bérout, la multiplication des chaînes d'information en continu représente un danger pour celles déjà présentes sur la TNT : « Les acteurs majeurs de l'information en France restent *TF1* et le service public. L'audience des JT de 13h ou 20h de *TF1* et *France 2* reste bien supérieure à ce que font *BFMTV* ou *iTélé* aujourd'hui en 2016. La multiplication des chaînes d'info va donner plus de poids à ces acteurs historiques que sont *TF1* et le service public, au détriment de ceux qui sont entrés dans le jeu il y a une quinzaine d'années, d'où le danger pour nous.⁸⁸ » Pour Ivan Valerio⁸⁹, quatre chaînes d'information en continu sur la TNT « ça commence à faire beaucoup ». « Surtout que le service public a déjà sa chaîne d'information à la radio et sur le web avec *France Info* et *France TV Info*. Il n'y a aucun pays au monde où il y a autant de chaînes d'information en continu sur le territoire et je pense que ça mettra tout le monde dans la difficulté ». En effet, suivant la position d'Alain Weill, le PDG du groupe *NextradioTV*, détenteur de *BFMTV* qui a déclaré qu' « une nouvelle chaîne d'information provoquera soit la mort de l'une

⁸⁶ Ibid. page 23, note 51

⁸⁷ *La Nouvelle République* du 13 mars 2016 : « Marie-Laure Augry : La curiosité des Français pour l'info est très forte » : <http://www.lanouvellerepublique.fr/Indre-et-Loire/Communes/Tours/n/Contenus/Articles/2016/03/13/Marie-Laure-Augry-La-curiosite-des-Francais-pour-l-info-est-tres-forte-2651064>

⁸⁸ Ibid. page 23, note 51

⁸⁹ Ibid. page 20, note 42

d'elles, soit l'affaiblissement de toutes⁹⁰ », Ivan Valerio pense que toutes les chaînes feront une information de moins bonne qualité, faute de moyens liés à la chute des audiences. « Cela revient à jouer la carte de la médiocrité ou alors à tuer l'une d'elles », conclut-il. Mais pour Julia Cagé⁹¹, la réflexion sur le problème des moyens doit se faire au niveau des groupes détenteurs des chaînes et pas au niveau des chaînes elles-mêmes : « *iTélé* est adossée à Vincent Bolloré et *BFMTV* à Patrick Drahi. Dans les deux cas, les pertes des chaînes, si pertes il y a, seront épongeables par les grands groupes ».

Quant à Germain Dagognet, il défend ses positions : « Je pense que dans un pays et une démocratie comme la nôtre, il n'y a pas de raison que le service public ne soit pas présent sur cette question d'information continue. C'est pour cela que nous nous sommes positionnés et que nous voulons offrir quelque chose de différencié pour pouvoir convaincre⁹² ».

B/ Une sixième chaîne d'information en continu est-elle nécessaire ?

Toujours selon Ivan Valerio, cet « étoffement de l'offre des chaînes d'information » n'est pas nécessaire : « Je pense que l'offre en France, en terme d'information en continu, est suffisante. Il y a trois chaînes sur la TNT, quatre avec *France 24* et cinq avec *Euronews* donc en terme de pluralisme, on a déjà de quoi faire. ». Pour lui, cette nouvelle chaîne ne répond donc pas à un besoin : « Je ne vois pas ce qu'une sixième chaîne viendrait ajouter puisque le pluralisme est respecté. Toutes les voies sont déjà représentées dans ce que peut faire au sein d'une chaîne d'information en continu ». Chaque chaîne, avec son slogan⁹³, marque bien sa différence par rapport à la concurrence. « Je ne vois donc pas la révolution à venir », poursuit Ivan Valerio.

⁹⁰ *Télérama* du 11 octobre 2015 : « La future chaîne publique d'info soulève bien des questions » : <http://www.telerama.fr/medias/la-future-chaine-publique-d-info-souleve-bien-des-questions,132268.php>

⁹¹ Ibid. page 20, note 41

⁹² Ibid. page 23, note 51

⁹³ Cf. page 7

« Les gens qui ont envie aujourd’hui de regarder de l’information à la télé ont déjà la possibilité de le faire, ce n’est pas comme s’il existait un territoire encore vierge à conquérir ». Un point de vue qui n’est cependant pas partagé par Antoine Bayet⁹⁴ : « Cette nouvelle chaîne répond à un besoin, celui d’une information recoupée, vérifiée et certifiée. Beaucoup de bêtises sont diffusées aujourd’hui sur les chaînes d’information en continu parce que la vérification des sources n’est pas suffisante. Si déjà on arrive à être présent sur différents supports et à aligner une qualité d’information, ce serait énorme ». Pour lui, la ligne éditoriale revendiquée par la chaîne est une nécessité : « La pédagogie, le décryptage et la compréhension de l’information répond aussi à un besoin. Les chaînes de télévisions privées font du talk mais ce n’est pas du décryptage, c’est de l’opinion : ce sont des gens qui vont venir donner un point de vue sur l’actualité. C’est bien mais ce n’est pas une explication de l’actualité. Pour arriver à cela, il faut un format particulier. « Les décodeurs » au *Monde* font ça, la chronique de *France Info* « Expliquez-nous » le fait aussi donc il est impératif d’opter pour ce parti pris ».

Ce à quoi Julia Cagé ajoute⁹⁵ : « Je pense que la chaîne publique d’information répond à un besoin, celui d’une information en continu de qualité, moins tournée vers la course à l’audience, et plus vers l’analyse de fond. Est-ce qu’elle saura pour autant générer sa demande, c’est toute la question ! »

C/ Le problème de l’audience

Les quatre chaînes vont mener une véritable course à l’audience. Pour l’heure, *BFMTV* et *iTélé* apparaissent comme les *leaders* de l’information en continu avec un avantage pour la première nommée. En février 2015, *BFMTV* a réalisé 1,8% des parts d’audience nationale contre 0,8% pour *iTélé*⁹⁶. Leurs audiences respectives doublent lors d’événements importants que les deux chaînes couvrent en direct, comme

⁹⁴ Ibid. page 23, note 50

⁹⁵ Ibid. page 20, note 41

⁹⁶ Ibid. page 16, note 29

lors des attentats de novembre 2015⁹⁷. De son côté, *LCI* est peu visible et stagne à moins de 0,2% de PDA mais la chaîne compte bien s'appuyer sur la puissance du groupe *TF1* pour booster ses audiences et sur son passage sur la TNT qui la rendra forcément accessible à beaucoup plus de téléspectateurs.

Selon *Le Figaro*⁹⁸, Alain Weill aurait déclaré lors d'une conférence de presse, que la chaîne publique d'information est « une folie ». « Dans le modèle gratuit, il faut une audience minimum, sinon on n'est pas viables. S'il y a trop de chaînes d'information, elles seront toutes pauvres ». Pour Ivan Valerio, « si la chaîne se lance sur des modèles que l'on connaît, elle ira grignoter un peu d'audience chez *iTélé*, un peu chez *BFMTV* et un peu chez *LCI* », dispersant ainsi les téléspectateurs. Or, « un citoyen libre dans une démocratie qui fonctionne correctement c'est un citoyen bien informé avec des médias qui ont les moyens de bien informer. Si on n'a plus les moyens de le faire, c'est dangereux », constate-t-il.

« Pour nous, à *BFMTV*, le problème majeur que pose l'apparition de deux nouvelles chaînes d'information est l'audience », déclare Hervé Bérourd⁹⁹. « Actuellement, la part de marché des chaînes d'information stagne autour de 3 points. On va peut être gagner 0,5 point avec la concurrence. Mais cela ne va pas suffire. Les audiences de *LCI* ne croîtront pas et les nôtres baisseront. » Il ajoute : « L'absence de publicité sera un atout indéniable pour la chaîne du service public. A chaque fois que nous tournerons une page de publicité, les téléspectateurs pourront changer de chaîne. Une baisse d'audience entraînerait une baisse des revenus publicitaires et du même coup, de notre chiffre d'affaires. Il faudra nécessairement revoir nos moyens d'information à la baisse, ce qui serait dommageable pour la qualité de l'information. »

⁹⁷ Ibid. page 16, note 29

⁹⁸ *Le Figaro* du 11 mars 2016 : « La chaîne d'info de France Télévisions sera lancée le 1er septembre » : <http://tvmag.lefigaro.fr/programme-tv/article/television/91641/la-chaine-d-info-de-france-televisions-sera-lancee-le-1er-septembre.html>

⁹⁹ Ibid. page 23, note 51

De plus, Ivan Valerio¹⁰⁰ souligne que si la chaîne publique d'information se retrouve diffusée sur le canal 14 à la place de France 4, « ça nous met dans une certaine difficulté en terme d'audience » puisque *BFMTV* est présente sur le canal 15 de la TNT. « On essaiera alors de contrecarrer en faisant notre travail le mieux possible, comme on le fait déjà aujourd'hui, en se disant que pour les gens, la référence et le réflexe en terme d'information, doit être *BFM* ».

Du côté d'*iTélé*, Guillaume Zeller, le directeur de rédaction, indique que « d'un point de vue éditorial, c'est réjouissant de voir l'offre des chaînes d'information s'étoffer. Mais de facto, nous sommes une entreprise de presse qui fonctionne selon une logique d'audience. Ainsi, l'arrivée de ces deux nouvelles chaînes est un motif de préoccupation supplémentaire. »

D/ La nouvelle chaîne peut-elle pousser la concurrence à se réinventer ?

On peut imaginer que cette plus grande concurrence dans l'offre d'information, obligera les différents acteurs à se réinventer et à faire preuve de créativité pour se démarquer. « C'est sûr que l'arrivée de cette nouvelle offre d'information va pousser les autres chaînes à inventer, à innover, sinon elles vont perdre de l'audience et donc des recettes publicitaires », affirme Julia Cagé¹⁰¹.

Ce qu'il s'est passé le 27 avril 2016 le démontre bien. En effet, Patrick Drahi, propriétaire du groupe *Altice*, l'opérateur de téléphonie, a lancé le rapprochement de ses médias au sein du groupe *SFR* afin de créer un géant de la communication nommé « SFR Médias » dirigé par Alain Weill, actuel patron de *NextRadioTV*. Concrètement, *SFR* va racheter tous les actifs médias de sa maison mère *Altice*, aussi bien la presse (*Libération*, *L'Express*, *L'Expansion*, *L'Étudiant*, *Stratégies*, *01net*), que la télévision avec *BFMTV* et *BFM Business* et la radio (*RMC*) pour en faire un groupe puissant et attirer de nouveaux clients. *Altice* va lancer des chaînes sportives et augmenter le prix des abonnements. Ainsi, l'homme d'affaires annonce la création par l'opérateur *SFR*,

¹⁰⁰ Ibid. page 20, note 42

¹⁰¹ Ibid. page 20, note 41

en collaboration avec *NextRadioTV* de cinq chaînes de télévision payantes dédiées au sport. Elles seront thématiques : une chaîne « premium », avec notamment la diffusion du championnat anglais de football (Premier League), dont *SFR* a racheté les droits à *Canal +* en novembre 2015 pour 360 millions d'euros, une chaîne multisports, une autre dédiée aux sports extrêmes, une autre aux sports de combat et une cinquième aux événements en 4K (très haute définition).

Elles ne seront pas réservées aux clients de *SFR* mais proposées à tous, dans une logique de non-exclusivité et de synergie entre contenus et télécoms. Pour préparer ces lancements, le groupe aurait déjà engagé une cinquantaine de journalistes, venus notamment de *l'Equipe 21*, la chaîne sportive gratuite du journal *l'Equipe*.

Par ailleurs, *BFMTV* créera deux chaînes supplémentaires : *BFM Sport*, qui sera lancée en juin 2016 pour l'Euro de football, et *BFM Paris*, diffusée à partir d'octobre 2016, qui sera une chaîne d'infos locales au service des Franciliens. Il y aura donc une création totale de sept chaînes télévisées.

Mais Patrick Drahi ne s'arrête pas là et envisage des projets dans l'information. En effet, dans un courrier aux abonnés envoyé début avril, *SFR* a annoncé la création prochaine d'une chaîne d'information baptisée « *SFR News* ». Ce courrier annonce en outre une hausse du tarif des forfaits. Une rénovation importante donc, dans le but de se démarquer, voire d'éliminer toute concurrence.

Du côté des chaînes d'information en continu, le renouvellement est quelque chose de régulier : « A *BFM*, se réinventer est un travail que l'on fait depuis la création de la chaîne il y a 10 ans, en novembre 2005 », relate Ivan Valerio. « Depuis un an ou deux, *BFMTV* cherche à développer les longs formats : le soir entre 22h et minuit, on fait une émission qui s'appelle *Grand Angle* où il a en moyenne une demi-heure de grand reportage. On a aussi une tranche de 21h à 22h qui s'appelle *News et Compagnie*, qui est plus divertissante, un peu plus culture. Ce n'est pas forcément ça l'ADN de *BFM*, mais on essaye de se réinventer comme ça ». Il donne aussi l'exemple du recrutement au mois de septembre de Salhia Brakhlia, connue pour ses interviews politiques sans langue de bois au *Petit Journal* sur *Canal +*. « Elle ne représente pas non plus l'ADN de *BFM* mais on va chercher à se réinventer en trouvant de nouvelles façons de raconter l'actualité ».

iTélé pour sa part, renouvelle régulièrement ses têtes d'affiches afin de faire souffler un vent nouveau dans ses studios. Ainsi, Audrey Pulvar a repris en 2014 le créneau 20h30-22h00 jusqu'alors occupé par Léa Salamé, L'année précédente, l'ancienne présentatrice du JT de *TF1*, Laurence Ferrari, devient chroniqueuse de *Tirs Croisés*, l'émission qui passe au crible l'actualité politique, aux côtés d'Audrey Pulvar et de Jean-Claude Dassier, ex patron de *LCI*. En 2015, Laurent Bazin, ancien présentateur sur *RTL* et sur *France 5*, arrive sur la chaîne pour animer le 5h-7h avec Isabelle Moreau, en remplacement de Pascal Humeau. Et Adrien Borne, journaliste à *RMC*, a été recruté la même année pour présenter le 10h-13h avec Sonia Chironi.

LCI se voit quant à elle dotée d'une nouvelle directrice de la rédaction depuis le 21 mars 2016 : Céline Pigalle, ex-directrice de la rédaction d'*iTélé*. Un changement qui entraînera probablement la mise en place d'une nouvelle grille de programmes.

Ce n'est donc pas a priori uniquement la nouvelle chaîne d'information qui pousse les autres à se réinventer puisqu'elles le font depuis des années. Pourtant, d'après le site *Intégrales*¹⁰², « la création d'une nouvelle chaîne d'information invite les trois autres à se réinventer, par delà l'habitude du *hard news* propre aux chaînes d'infos non-stop, dans le but de multiplier débats et magazines ». On peut aussi y lire que « les grilles de la rentrée de *BFMTV*, d'*iTélé* et de *LCI* pourraient laisser entrevoir des surprises ». Est-ce que de nouvelles formes de journalisme peuvent-elles émerger de cette nouvelle chaîne ? « Espérons-le ! », s'exclame Julia Cagé. « Mais personnellement je n'y crois pas trop. »

E/ Les conséquences d'une nouvelle chaîne sur les effectifs de la concurrence

Pour Hervé Bérout, l'arrivée de la nouvelle chaîne représente un risque social qui pourrait entraîner des réductions d'effectifs : « Nous pensons qu'aujourd'hui quatre chaînes d'informations en continu gratuites en France, en terme d'équilibre économique, ça ne passe pas. Qui dit conséquences économiques peut dire réduction

¹⁰² Ibid. page 31, note 70

du nombre de postes », prévient-il lors du débat aux Assises du Journalisme¹⁰³. « Nous avons aujourd'hui 250 journalistes à *BFMTV*, ce qui veut dire 250 postes créés depuis dix ans, au moment de lancement de la chaîne. Malheureusement, nous craignons que cette situation nous conduise à un moment donné, à revenir en arrière ».

« Aujourd'hui à *iTélé* on a 170 journalistes titulaires et un effectif total de 250 personnes », déclare Guillaume Zeller en réponse à son homologue de *BFMTV*. « Pour ma part, je me refuse, tout en étant parfaitement réaliste sur la complexité de la situation économique, à envisager l'étape d'un retour en arrière. Je suis totalement persuadé, sans aucune démagogie, que ceux qui produisent l'information chez nous, les journalistes, sont la principale valeur de l'entreprise. La richesse de notre rédaction et de l'antenne, procède des journalistes et toucher à cet actif serait dangereux pour *iTélé*. Les licenciements ne sont donc pas une option que j'envisage aujourd'hui ». Ce n'est pas non plus dans les projets de Nicolas Charbonneau à *LCI*, qui lui au contraire, prévoit de nouveaux effectifs : « Est-ce qu'on va embaucher ? Vraisemblablement. »

Pour que le modèle économique fondé sur la gratuité de ces quatre chaînes d'information perdure, elles n'ont aucun intérêt à se marcher sur les pieds et à adopter la même ligne éditoriale. « Nous ne devons pas être les uns contre les autres mais les uns avec les autres pour faire progresser la diversité des chaînes d'info en continu », affirme Nicolas Charbonneau¹⁰⁴. Ainsi, elles tenteront de déceler de nouvelles pratiques journalistiques, et d'adopter un traitement différent de l'information pour que les téléspectateurs repèrent l'offre qui correspond le plus à leurs envies.

¹⁰³ Ibid. page 23, note 51

¹⁰⁴ Ibidem

CONCLUSION

John Riley, directeur de *Sky News* a déclaré en 2014 que « si la chaîne d'information en continu n'existait pas, il faudrait l'inventer »¹⁰⁵. Ce modèle permet en effet au téléspectateur d'être informé en permanence. Il est acteur et décide quand est-ce qu'il souhaite s'informer. Ces chaînes ont provoqué une mutation dans le métier de journaliste, en rupture avec les chaînes d'information généralistes puisqu'il s'agit de travailler dans l'immédiateté et l'urgence, ce qui peut provoquer une impression d'improvisation et de remplissage. Les journalistes des chaînes d'information continue sont moins nombreux que sur les chaînes d'information généralistes (250 journalistes à *BFMTV* contre 330 à *France 2*)¹⁰⁶ et plus jeunes (environ trente ans), ce qui leur permet de s'adapter rapidement aux contraintes de vitesse et réactivité. Puisque les chaînes en continu diffusent 7 jours sur 7 et 24 heures sur 24, l'information devient rapidement obsolète et nécessite un renouvellement, bien souvent au détriment de sa qualité. L'information est donc plus superficielle, basée sur l'événement et le *scoop*, et donc moins analysée. La mission du journaliste n'est plus d'argumenter mais de montrer. C'est pour cette raison que les chaînes ont toutes mis en place des émissions de décryptage et d'analyse de l'actualité au long format, bien que les grilles de programme de *BFMTV* et d'*iTélé* soient à 80% en direct¹⁰⁷.

Malgré les critiques, la France compte actuellement cinq chaînes d'information en continu : *BFMTV*, *iTélé*, *LCI*, *France 24* et *Euronews*. En septembre 2016, une nouvelle chaîne publique d'information commune à *France Télévisions* et *Radio France* va faire son entrée dans le marché de l'audiovisuel : *France Info*. Visant un public jeune par une diffusion d'abord sur le numérique, la chaîne adopte une ligne éditoriale donnant la priorité au décryptage et non au *hard news* afin de se démarquer

¹⁰⁵ INA Global : <http://www.inaglobal.fr/television/article/reinventer-les-chaines-dinfo-en-continu-7920>

¹⁰⁶ prezi.com : « En quoi les conditions de production de l'information des chaînes en continu modifient-elles l'activité journalistique et les codes du métier ? » : <https://prezi.com/okk8rutsaplc/i-les-chaines-dinformation-en-continu-une-pratique-nouvel/>

¹⁰⁷ Ibidem

de ses concurrentes. Mais celles-ci craignent pour leur état de santé et voient dans l'arrivée de cette nouvelle chaîne, une offre trop importante d'information continue, une fragmentation de l'audience, une perte d'argent et donc, une information de moins bonne qualité. Mais il se pourrait aussi que la chaîne publique pousse ses concurrentes à faire preuve de créativité afin de survivre.

Ce n'est cependant pas seulement la concurrence entre les chaînes qui va les pousser à se réinventer. En effet, les tablettes et les smartphones les obligent déjà à suivre les évolutions dans la manière de consommer l'information. L'une des leçons à tirer de la situation de la presse écrite, est que, pour s'adapter aux nouvelles technologies et aux attentes du public, il ne s'agit pas de réaménager les salles de rédaction. Il faut repenser en profondeur les processus, la production et même les objectifs. C'est d'ailleurs le but de Michaël Peters, Président du Directoire d'*Euronews*, qui, en 2015 a répondu ceci à la question de savoir à quoi ressemblera la chaîne demain : « Nous allons réinventer *Euronews*. Le modèle de production va évoluer et donner la priorité au numérique. Le monde dans lequel on vit a changé. Si l'on veut survivre, il faut jouer la carte du *Digital First*¹⁰⁸». Un projet baptisé *Euronews Next*, largement tourné vers le numérique, à l'image de la future *France Info*. Cette dernière va donc probablement bouleverser le paysage des chaînes d'information en continu, mais ce paysage se transforme déjà depuis plusieurs années, sous l'impulsion du numérique.

¹⁰⁸ *La Tribune* du 15.10.2015 : <http://acteursdeleconomie.latribune.fr/debats/grands-entretiens/2015-10-15/michael-peters-euronews-va-donner-la-priorite-au-numerique.html>

BIBLIOGRAPHIE

• **OUVRAGES :**

- La politique en continu : Vers une BFMisation de la communication, **Thierry Devars**, octobre 2015, édition *Les Petits Matins*
- Les médias sont-ils sous influence ?, **Patrick Eveno**, avril 2008, édition *Larousse*
- L'information télévisée : mutations professionnelles et enjeux citoyens, **Guy Lochard**, avril 2005, édition *Vuibert*

• **ARTICLES :**

- **The Huffington Post** : « Les chaînes d'infos en continu: quels changements, quels fondamentaux à observer »

http://www.huffingtonpost.fr/ghislaine-pierrat/chaines-dinfos-continu-television_b_3429223.html

- **The Huffington Post** : « Les chaînes d'infos en continu sont-elles si nulles ? »

http://www.huffingtonpost.fr/agnes-chauveau/chaines-dinfos-en-continu_b_4171913.html

- **Cairn.info** : « Al Jazira, CNN et les autres chaînes d'info en continu : le défi de la mondialisation »

<https://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-2009-3-page-177.htm>

- **INA** : Réinventer les chaînes d'info en continu

<http://www.inaglobal.fr/television/article/reinventer-les-chaines-dinfo-en-continu-7920>

- **La Croix** : « La bataille des chaînes d'information en continu »

<http://www.la-croix.com/Culture/Actualite/La-bataille-des-chaines-d-information-en-continu-NG-2011-01-14-561928>

- **La Croix** : « Les chaînes d'information en continu »

<http://www.la-croix.com/Culture/Actualite/Les-chaines-d-information-en-continu-NG-2011-01-14-561936>

- **Le Figaro** : « les chaînes d'info en continu en font-elles trop ? »

<http://tvmag.lefigaro.fr/le-scan-tele/polemiques/2015/10/30/28003-20151030ARTFIG00005-editions-speciales-les-chaines-d-info-en-continu-en-font-elles-trop.php>

- **Les Echos** : « Chaîne publique d'info en continu : Delphine Ernotte s'explique »

http://www.lesechos.fr/04/09/2015/lesechos.fr/021304326344_chaine-publique-d-info-en-continu---delphine-ernotte-s-explique.htm

- **Télérama** : « On a lu pour vous le projet de Delphine Ernotte pour France Télévisions »

<http://television.telarama.fr/television/on-a-lu-pour-vous-le-projet-de-delphine-ernotte-pour-france-televisions,125839.php>

- **Assises du journalisme** : Jeudi 10 mars – Conférence « Quatre chaînes d'info, est-ce trop ? » au Centre de Congrès Vinci, à Tours. Animé par Laurence Benhamou, chef du service Médias de l'AFP, avec Hervé Bérout, directeur de la rédaction *BFMTV*, Nicolas Charbonneau, directeur adjoint de l'information *TF1/LCI*, Germain Dagognet, directeur délégué à l'information chargé du projet de la chaîne d'information *France Télévisions* et Guillaume Zeller, directeur de la rédaction *iTELE*.

<http://assises.journalisme.epjt.fr/leresume-quatre-chaines-dinfo-est-trop>

<http://assises.journalisme.epjt.fr/tag/chaines-dinformation>

<http://horizonsmediatiques.fr/2016/03/le-big-bang-des-chaines-dinfo-gratuites-en-france/>

- **Intégrales** : « Dagognet : La nouvelle chaîne TV de service public ne sera pas une chaîne d'infos en continu »

<http://www.integrales-productions.com/2016/03/10/quatre-chaines-dinfos-quatre-inconnues/>

- **Le Figaro** : « La chaîne d'info de France Télévisions sera lancée le 1er septembre »

<http://tvmag.lefigaro.fr/programme-tv/article/television/91641/la-chaine-d-info-de-france-televvisions-sera-lancee-le-1er-septembre.html>

- **Le Monde** : « Francetv Info contre France Info TV, la tension monte »

http://www.lemonde.fr/actualite-medias/article/2016/03/11/francetv-info-contre-france-info-tv-la-tension-monte_4881227_3236.html

- **La Nouvelle République** : « Marie-Laure Augry : La curiosité des Français pour l'info est très forte »

<http://www.lanouvellerepublique.fr/Indre-et-Loire/Actualite/24-Heures/n/Contenus/Articles/2016/03/13/Marie-Laure-Augry-La-curiosite-des-Francais-pour-l-info-est-tres-forte-2651064>

- **Valeurs Actuelles** : « La chaîne d'information en continu de France Télévisions dotée d'un patron »

<http://www.valeursactuelles.com/societe/la-chaine-dinformation-en-continu-de-france-televvisions-dotee-dun-patron-61043#>

- **La Tribune** : « Radio France très impliqué dans la future chaîne d'info publique »

<http://www.latribune.fr/technos-medias/medias/radio-france-tres-implique-dans-la-future-chaine-d-info-publique-547196.html>

- **Newsroom** : « La nouvelle chaîne info de France Télévisions se dessine »

<http://news-room.fr/2016/01/la-nouvelle-chaine-info-de-france-televvisions-se-dessine/>

- **Puremédi**as : « Germain Dagognet détaille la future chaîne info de France Télévisions »

<http://www.ozap.com/actu/germain-dagognet-detaille-la-future-chaine-info-de-france-televvisions/488186>

- **jeanmarcmorandini.com** : « iTélé renforce ses têtes d'affiche la saison prochaine »

<http://www.jeanmarcmorandini.com/article-323315-itele-renforce-ses-tetes-d-affiche-la-saison-prochaine.html>

- **Nouveautés télé** : « Grille iTélé rentrée 2015 : les nouveautés animateurs et rdv ! »

<http://www.nouveautes-tele.com/13920-grille-itele-rentree-2015-les-nouveautes-qui-part.html>

- **Les Echos** : « SFR va créer cinq chaînes sportives »

<http://www.lesechos.fr/tech-medias/medias/021881421311-sfr-va-creer-cinq-chaines-sportives-1217798.php>

- **Le Journal du dimanche** : « Patrick Drahi va marier SFR et BFM pour créer des chaînes sport »

<http://www.lejdd.fr/Economie/Patrick-Drahi-va-marier-SFR-et-BFM-pour-creer-des-chaines-sport-782491>

- **Le Point** : « Libé, L'Express, RMC, BFM TV... Patrick Drahi met ses médias dans ses télécoms »

http://www.lepoint.fr/medias/libe-rmc-bfm-tv-patrick-drahi-met-ses-medias-dans-ses-telecoms-27-04-2016-2035222_260.php

- **Libé** : « La première chaîne d'information en continu a vingt ans. CNN, le culte du direct permanent. Trois professionnels de la télévision française analysent son influence »

http://www.liberation.fr/medias/2000/06/01/la-premiere-chaine-d-information-en-continu-a-vingt-ans-cnn-le-culte-du-direct-permanent-trois-profe_327408

- **I'INA** : « CNN, la première chaîne mondiale d'info en continu »

<http://fresques.ina.fr/jalons/fiche-media/InaEdu05060/cnn-la-premiere-chaine-mondiale-d-info-en-continu.html>

- **Nouvel Obs** : « Hyper Cacher : des ex-otages attaquent BFMTV en justice »

<http://teleobs.nouvelobs.com/actualites/20150403.OBS6328/assaut-de-l-hyper-cacher-des-ex-otages-attaquent-en-justice-bfmtv.html>

- **Le Figaro** : « Chaînes d'infos sanctionnées par le CSA: pourquoi les dérapages sont inévitables »

<http://www.lefigaro.fr/vox/medias/2015/02/12/31008-20150212ARTFIG00477-chaines-d-infos-sanctionnees-par-le-csa-pourquoi-les-derapages-sont-inevitables.php>

- **Télérama** : « La future chaîne publique d'info soulève bien des questions »

<http://www.telerama.fr/medias/la-future-chaine-publique-d-info-souleve-bien-des-questions,132268.php>

- **prezi.com**, *diaporama* : « les chaînes d'information en continu »

<https://prezi.com/okk8rutsaplc/i-les-chaines-dinformation-en-continu-une-pratique-nouvel/>

- **ojm.fr** : « Comme c'est désormais le cas lors d'événements exceptionnels et dramatiques, les chaînes d'information en continu battent tous les records d'audience »

<http://www.ojim.fr/attentats-nouveaux-records-pour-les-chaines-dinfo-en-continu/>

- **La Tribune** : « Michaël Peters : Euronews va donner la priorité au numérique »

<http://acteursdeleconomie.latribune.fr/debats/grands-entretiens/2015-10-15/michael-peters-euronews-va-donner-la-priorite-au-numerique.html>

- **INA Global** : « Réinventer les chaînes d'info en continu »

<http://www.inaglobal.fr/television/article/reinventer-les-chaines-dinfo-en-continu-7920>

• EMISSIONS :

- **France culture du 4 juillet 2015** : « Y a-t-il une BFMisation de la vie médiatique ? »

Quelle influence les chaînes d'info continue ont-elles sur le journalisme ?

Comment l'information en continu influence-t-elle notre vie publique ?

<http://www.franceculture.fr/emission-le-secret-des-sources-y-a-t-il-une-bfmisation-de-la-vie-mediatique-2015-07-04>

- **Europe 1 du 11.03.2016** : « Le fait média du jour » par Jérôme Ivanichtchenko

<http://www.europe1.fr/emissions/le-fait-medias-du-jour/chaine-dinfo-publique-la-date-de-lancement-devoilee-2690245>

- **France Inter du 11.04.2016** : « L'instant M » : L'actualité des Médias par Sonia Devillers

Sonia Devillers reçoit Laurent Guimier, directeur de France Info et Germain Dagognet, le directeur délégué à l'information et en charge du projet à France Télévisions.

<http://www.franceinter.fr/emission-l-instant-m-toutes-les-questions-sur-la-future-chaine-d-info-publique>

- **Médias le Mag du 24.01.2016** : « L'actualité médias » par Julien Bellver

Les contours de la chaîne d'info en continu de France Télévisions

http://www.france5.fr/emissions/medias-le-magazine/diffusions/24-01-2016_452086

- **Télématin sur France 2 du 13 avril 2016** : « Olivier Schrameck, invité de l'émission *les 4 vérités* »

<http://www.csa.fr/es/Espace-Presses/Le-CSA-dans-les-medias/Olivier-Schrameck-invite-de-l-emission-les-4-verites-de-Telematin-sur-France-2>

- **Annexe 1** : Interview de **Frédéric Wittner**, rédacteur en chef vidéo de *France Info* - par Winny Claret, le 13 avril 2016 à la Maison de la Radio

***France Info* peut-elle disparaître au profit de la chaîne de télévision ?**

France Info ne disparaîtra pas au profit de la nouvelle chaîne d'information en continu. Elle participera pendant 3h30 par jour au sein de cette nouvelle chaîne. Ce n'est donc pas une participation anecdotique mais ce n'est pas non plus suffisant pour faire disparaître une radio. Et puis ce sont des programmes *France Info* qui seront diffusés sur l'antenne *France Info*, ce ne sont pas des programmes qu'on produit à côté pour la télé. C'est bien l'antenne de *France Info* qu'on produira de façon télévisuelle pour que ce soit diffusé sur la chaîne télé en même temps que sur la radio. En dehors de ces 3h30, il y a l'antenne de *France Info* non diffusée par la chaîne télé qui reste la radio. Donc non seulement la radio *France Info* continuera d'exister et d'émettre, mais en plus le live vidéo va continuer à émettre aussi.

Quelle forme va prendre la participation de *France Info* à ce projet ?

Il y aura des moments d'antenne de *France Info* diffusés chaque jour sur l'antenne de la chaîne télé et parce qu'on sait doré et déjà qu'ils seront diffusés chaque jour sur la chaîne télé, on va les faire dans un autre studio que le studio radio, un studio qui se construit en ce moment même au sein de la Maison de la Radio, qui est un studio télé. Une à deux fois par jour, les équipes de *France Info* feront l'antenne de la radio depuis ce studio télé. On fera toujours de la radio mais dans des conditions télé destinées à la diffusion. On fera donc de la télé mais dans nos studios radio. Ce qui est aussi prévu dans la future chaîne télé, c'est que si l'actualité se prête à une édition spéciale et que les équipes télé ne sont pas opérationnelles tout de suite, ce sera l'édition spéciale de *France Info* qui sera diffusée avec le studio radio à l'image. Tout simplement parce qu'on est le média capable de partir le plus vite en édition spéciale tandis que *France Télévisions* ne peut partir en spéciale qu'au

bout d'une demi-heure voire une heure, le temps que leurs équipes arrivent sur place. Donc pendant ce temps, on va leur proposer notre édition spéciale, entamée cinq minutes après l'événement. Les chaînes d'information en continu, pendant le premier quart d'heure ou la première demi-heure après l'événement, font de la radio filmée en attendant leurs équipes sur place. C'est-à-dire qu'elles vont envoyer un présentateur avec une google map, éventuellement une photo Twitter des premiers dégâts etc. On va faire la même chose. On ne va pas prendre le risque alors qu'on est en édition spéciale de changer de studio. Pour nous, la priorité reste la radio donc on fait l'édition spéciale telle qu'on la ferait de toutes façons. Il y aura donc une coopération très forte entre la télévision et la radio.

Où en est-on dans le choix du nom de la chaîne ?

Il y a trois possibilités de nom : *France TV Info* ou *France Info TV* et *France Info*. De notre point de vue, si on s'appelle *France TV Info* ou *France Info TV*, ça veut dire que la marque *France Info* disparaît. La radio *France Info* continuera d'exister mais on sait bien que le poids d'un média d'info continu télé sera toujours plus important que le poids d'un média d'info continu radio même s'il a 30 ans d'existence derrière lui. Si on s'appelle *France Info*, c'est compliqué aussi car cela veut dire que le public, qui connaît depuis 30 ans la radio *France Info*, va voir en septembre une chaîne télévisée nommée *France Info* mais qui n'est pas tout le temps *France Info* la radio. S'il branche *France Info* la radio et en même temps *France Info* la télé, il n'aura pas du tout la même chose. Ce sera donc très confus pour lui. Du côté des internes, ce nom crée une polémique puisqu'on va donner notre nom a un projet auquel on participe de façon importante mais minoritaire. De plus, l'un des gros enjeux de ce rapprochement télé/radio c'est le numérique. Et sur le web, il y a déjà *France TV Info* qui marche très bien. Donc cela suscite des questions : est-ce que *France TV Info* disparaît ? Est-ce qu'il y aura deux sites réunis sous une même URL ? On ne sait pas répondre a toutes ces questions techniques, juridiques, numériques et symboliques.

- **Annexe 2** : Interview de **Julia Cagé**, économiste des médias, auteure du livre Sauver les médias: Capitalisme, financement participatif et démocratie - par mail le 24 avril 2016

Selon *La Correspondance de la presse*, le 14 janvier dernier, la direction de *Radio France* a déposé une nouvelle marque auprès de l'Institut national de la propriété intellectuelle. Cette marque, c'est *France Info TV* mais on ne savait pas encore à l'époque si ce serait le nom de la chaîne. En sait-on un peu plus aujourd'hui ? Qui a choisit ce nom et pourquoi ? Fera-t-il disparaître le site internet des rédactions de *France Télévision* qui porte le nom de *France TV Info* ?

Le nom définitif n'est pas encore arrêté. Mais l'épisode est révélateur de fortes tensions et de la mauvaise gestion de la mise en œuvre d'un projet qui pourtant, je le pense, est un beau projet et un projet important. Par exemple, la question du rôle et de la place des rédactions du site *francetvinfo* aurait dû être posée en amont. D'autant que ce site est un grand succès.

Qui seront ses partenaires et quel sera leur rôle ? Sur le site *Intégrales* est indiqué que les partenaires seront France Télévisions, Radio France, Public Sénat, LCP, l'INA et France 24. Est-ce correct ?

Ce sont en effet les informations dont on dispose. La liste des partenaires ne devrait pas changer – même s'il va s'agir de *France Info* et pas de l'ensemble des radios de *Radio France* (*France Inter* par exemple ne fait pas partie de l'aventure). Ce qu'il reste à déterminer, c'est le rôle que vont exactement avoir chacun de ces partenaires. A priori on sait qu'il va y avoir des décrochages la nuit sur *France 24*. Mais dans l'ensemble, il reste beaucoup d'incertitudes.

160 journalistes travailleront pour cette nouvelle chaîne. Combien de *Radio France* et combien de *France TV* ?

On ne connaît pas encore la répartition exacte ; il y a aussi un doute sur l'ampleur de possibles nouvelles embauches. Tant que les rôles de chacun des partenaires ne seront pas précisément déterminés, je pense qu'il y aura du flou concernant les journalistes.

Sur quel canal sera-t-elle diffusée ?

Excellente question ! On parle de plus en plus du canal 14, le canal actuel de France 4. Ca lui permettrait d'être la « première » des chaînes d'information en continu.

Y a t-il assez de place pour 4 chaînes d'information en continu ?

Il y a eu énormément de débats autour du passage en clair de *LCI*. Finalement le CSA a décidé que le marché était capable de le supporter. Je pense que la réflexion doit se faire au niveau des groupes, pas au niveau des chaînes : *iTélé* est adossée à Bolloré, BFM à Drahi,... dans les deux cas, les pertes des chaînes – si pertes il y a – seront épongeables par les groupes. Maintenant est-ce que les 4 chaînes survivront ? Ce n'est pas sûr, et on va voir notamment ce qui va advenir de *LCI*, même en clair. Mais ce n'est pas comme ça qu'on doit poser la question de la chaîne publique : elle est nécessaire pour fournir une information en continu de qualité.

De plus, on a tendance à oublier qu'il y a une cinquième chaîne d'information en continu en France, France 24...

Quel est l'intérêt de vouloir une chaîne du service public ? Quelles différences entre une chaîne publique et privée ?

Ca va être tout le défi de cette nouvelle chaîne : proposer quelque chose de différent ; pas simplement reproduire à l'identique l'existant. On a vu – par exemple au moment des attentats – les dérives des chaînes privées, qui ont diffusé de fausses informations ou mis en danger des otages tout simplement pour augmenter leur audience. La chaîne du service public devra s'avoir éviter de tels écueils. Et à terme, pourrait de venir une chaîne de référence pour les spectateurs français à la recherche d'une information fiable.

Pourquoi est-ce Delphine Ernotte qui sera à la tête de la chaîne alors que c'est une figure critiquée ?

Parce qu'il s'agit de « sa » chaîne ! C'est son idée, celle qu'elle avait mise dans son programme pour *France TV*. D'ailleurs être une figure critiquée ne l'a pas empêchée d'être nommée par le CSA !

La chaîne sera diffusée sans publicité. Quel est l'intérêt et comment sera-t-elle financée ?

Pas de publicité, c'est une spécificité importante pour une chaîne publique par rapport aux chaînes privées. Cela permet d'offrir aux téléspectateurs une information de meilleure qualité qui ne soit pas entrecoupée par des pages de pub interminables. Ça permet aussi de se focaliser sur la qualité et de se détacher des contraintes d'audience, audience sur laquelle les chaînes privées ont les yeux rivés pour maximiser leurs revenus publicitaires. La chaîne sera financée par la redevance. C'est le cas pour la grande majorité des ressources de *France TV* et de *Radio France*.

Quel est le budget consacré à cette chaîne ? Est-ce peu ou beaucoup par rapport aux autres chaînes ?

Le budget sera d'environ 50 millions d'euros. C'est dans la fourchette des budgets des autres chaînes comme BFM.

A quoi ressemblera le travail des journalistes qui travailleront pour cette nouvelle chaîne ?

Difficile à savoir tant qu'on n'en sait pas plus sur la grille et les programmes.

Y a-t-il des nouvelles formes de journalisme qui peuvent émerger de cette création ?

Espérons-le ! Mais personnellement je n'y crois pas trop.

Pensez-vous que la nouvelle chaîne d'information en continu réponde à un besoin?

Oui, je pense qu'elle répond à un besoin, celui d'une information en continu de qualité, moins tournée vers la course à l'audience, et plus vers l'analyse de fonds. Ensuite est-ce qu'elle saura pour autant générer sa demande, c'est toute la question !

Peut-elle pousser les autres chaînes à se réinventer ?

C'est sûr que ça va pousser les autres chaînes à inventer, à innover, sinon elles vont perdre de l'audience et donc des recettes publicitaires. Ce qui s'est passé aujourd'hui avec SFR/BFM l'illustre.

- **Annexe 3** : Interview d'Ivan Valerio, rédacteur en chef du service web de *BFMTV* - le 21 avril 2016 dans les locaux de *BFMTV*

Il y a cinq chaînes d'info en continu en France (*BFMTV, iTélé, LCI, France 24 et Euronews*) dont trois gratuites sur la TNT et deux payantes (*France 24 et Euronews*). Qu'est ce qui différencie les chaînes privées et la chaîne du service public d'où émanera la nouvelle offre commune à *France TV et Radio France* ?

Elles sont privées mais c'est de la TNT alors que les autres ne sont pas sur la TNT.

Nous on a une chaîne privée, d'un point de vue économique ça implique une énorme différence. On a pas de subvention de l'État donc on doit se débrouiller pour gagner de l'argent et ne pas trop en perdre. On peut faire des investissements et s'endetter un peu, c'est la logique d'entreprise. Ça change aussi des choses sur le marché publicitaire : aujourd'hui, à *France TV*, ils n'ont pas de publicité à partir de 20h alors que nous, on ne peut pas s'en priver. Ça change aussi dans la mission que nous attribue le CSA. Moi en tant que journaliste, je trouve qu'en terme d'information ça ne change pas fondamentalement si ce n'est que nous, à *BFMTV*, on est totalement indépendants. Jusqu'à très récemment, on était rattachés à aucun grand groupe ; maintenant on est rattaché à *SFR Numéricable* depuis le rapprochement avec Patrick Drahi. Mais on reste indépendants des pouvoirs

publics et des grands intérêts industriels. Les journalistes continuent cependant d'exercer leur métier au mieux avec des lignes éditoriales qui sont différentes en fonction des chaînes mais ça, ce n'est pas une différence public/privé.

Qu'est-ce qui va changer pour vous et pour *BFMTV* avec l'arrivée de cette nouvelle chaîne ?

J'espère que le moins de choses possibles. Comme l'a dit Alain Weil, notre dirigeant, ce qui va changer c'est qu'il va y avoir une chaîne d'info en plus, ce qui veut dire que sur le marché publicitaire, ça crée un déséquilibre alors que ce marché était déjà fragile.

BFMTV aujourd'hui gagne de l'argent mais au prix de beaucoup d'efforts et gagne de l'argent très modérément. Demain, si on perd 0,3 / 0,4 ou 0,5 points d'audience c'est d'autant d'entrée d'argent en moins donc y a un risque économique.

Ça peut aussi changer au niveau de l'audience. Si la chaîne publique d'information se retrouve sur le canal 14 par exemple, à la place de *France 4* comme on l'entend parfois, ça nous met dans une certaine difficulté, une difficulté qu'on essayera de contrecarrer en faisant notre travail le mieux possible, comme on le fait déjà aujourd'hui, en se disant que pour les gens, la référence et le réflexe en terme d'info ça doit être *BFMTV*.

Pensez-vous qu'il y ait de la place pour une quatrième chaîne d'information en continu sur la TNT ?

Ça commence à faire beaucoup, surtout que ça fait plus de quatre puisque même si elles ne sont pas sur la TNT, tout le monde a accès à *France 24* et *Euronews*. Surtout que le service public a déjà sa chaîne d'info à la radio. Il n'y a aucun pays au monde où il y a autant de chaînes d'information en continu sur le territoire et je pense que ça mettra tout le monde dans la difficulté. Certes, ça a des vertus, ça oblige les autres chaînes à se réinventer, à essayer d'être meilleurs, de trouver des nouveaux modèles, des nouveaux formats mais ce ne sera pas sans conséquences pour certaines chaînes.

Savez-vous quelle sera la ligne éditoriale de la chaîne ? J'ai lu que « sur le plan éditorial, la chaîne pourrait s'orienter vers un modèle à l'anglo-saxonne à l'instar de *BBC News*, comme le rêve Michel Field, directeur de l'information de *France Télévisions* ».

Si la chaîne du service public trouve une nouvelle façon de faire, tant mieux, je leur souhaite parce que s'ils copient ce qui se fait déjà, ce n'est pas une très bonne idée. Ils disent qu'ils veulent faire du décryptage mais je pense que le jour où il y aura un attentat,

ils seront en direct comme tout le monde, je ne vois pas comment il pourrait en être autrement. Si faire du décryptage c'est mettre quatre personnes autour d'une table et faire un talk, ce sont des choses que l'on fait depuis des années. A *iTélé* comme à *BFM*. C'est pratique car ça ne coûte pas très cher mais ça n'apporte pas non plus quelque chose de fondamental en terme de valeur ajoutée. Nous, à *BFM*, c'est 250 journalistes dont beaucoup sont en permanence sur le terrain donc on est là où ça se passe parce qu'on croit que pour suivre au mieux et comprendre l'actualité, il faut être là où ça se passe. On verra ce que propose la nouvelle chaîne mais nous, on veut conserver notre ADN et essayer de se renouveler sur certaines manières de raconter les choses.

Aux assises du journalisme du 10 mars dernier, Germain Dagognet a balayé la concurrence d'un revers de la main en déclarant : « Notre projet n'est pas une nouvelle chaîne d'info mais une nouvelle offre d'info, une nouvelle manière de faire de la télé ». Vous y croyez ou pensez-vous qu'il y aura de la concurrence ?

Tout le monde parle de sa chaîne comme une chaîne d'information, ce n'est pas pour rien. Donc je ne vois pas ce que ça pourrait être d'autre qu'une chaîne d'information. Ca peut être une chaîne d'info qui voit les choses autrement, mais j'y crois modérément.

L'arrivée d'une nouvelle chaîne d'info ne peut-elle pas aussi inciter à faire preuve de créativité ? On peut imaginer que cette plus grande concurrence dans l'offre d'info obligera les différents acteurs à se réinventer pour se démarquer des autres.

A *BFM*, se réinventer est un travail que l'on fait depuis la création de la chaîne, il y a dix ans. *BFM* en France a vraiment inventé quelque chose puisqu'il existe un style *BFM*, une info *BFM* qui a été un peu reprise. Depuis un an ou deux, *BFM* cherche à développer les longs formats : le soir entre 22h et minuit, on fait une émission qui s'appelle « Grand Angle » où il a en moyenne une demi-heure de grand reportage. Pourtant, ce n'est pas forcément ça l'ADN de *BFM* mais on essaye de se réinventer comme ça. Il y a du talk, du débat, des invités tous les jours : à 8h35, à 19h, à 20h, à 21h. On a aussi une tranche de 21h à 22h qui s'appelle « News et compagnie », qui est plus divertissante, un peu plus culture. En faisant des choses comme ça, on essaye de se réinventer. Au mois de septembre on a recruté une journaliste qui

s'appelle Salhia Brakhlia, qui vient du *Petit Journal*. Ce n'est pas l'ADN de *BFM*, mais on va chercher de nouvelles façons de raconter l'actualité.

La nouvelle chaîne d'info a-t-elle, selon vous, été pensée comme une alternative à *BFMTV*, souvent critiquée pour sa couverture de l'actualité ?

Je ne sais pas si elle a été pensée comme une alternative à *BFM*, ce qui voudrait dire que *BFM* est un modèle. On n'a pas cette prétention mais ce qui est vrai, c'est que *BFM* est le leader de l'information en continu. Je ne sais pas si c'est une alternative parce que quand il y a un leader, il n'est pas leader pour rien, il a quelques bonnes recettes qui seront, j'imagine, empruntées à *BFM* par cette chaîne. Certains aimeraient la voir comme une alternative mais je ne sais pas si elle a été pensée comme une chaîne voulant affaiblir *BFM*, pensant qu'elle a trop d'influence.

Voyez-vous cette chaîne comme une menace en terme d'audience et de concurrence ou pensez-vous au contraire, que c'est une bonne initiative et pourquoi ?

Pour nous, ce n'est pas une très bonne idée parce qu'on pense que l'offre en France en terme d'information en continu est suffisante. Il y a trois chaînes sur la TNT, quatre avec *France 24* et cinq avec *Euronews*. Donc on se dit qu'en terme de pluralisme, on a déjà quoi faire. Je ne vois pas ce qu'une sixième chaîne viendrait ajouter en terme de pluralisme. Toutes les voies sont déjà représentées dans ce que peut faire une chaîne d'info en continu. Je ne pense pas qu'elle réponde à un besoin. Ça fait beaucoup d'argent public investi dans quelque chose qui n'est pas un besoin puisque le pluralisme est respecté : *BFM*, qui est une chaîne populaire qui se trouve aussi bien dans les bistrotts que dans les cabinets ministériels et qui se veut la chaîne de tous les Français, ne fait pas la même chose qu'*iTélé*, qui se veut plus dans le débat et le talk. *iTélé* à son tour ne fait pas la même chose que *LCI*, qui veut faire plus de décryptage et qui ne fait donc pas la même chose que *France 24*, qui a une portée beaucoup plus internationale. Par ailleurs, il existe *France Info* à la radio, *France TV Info* sur le web, qui est aussi une offre d'info en continu pour le service public, ce qui fait donc déjà pas mal.

Le service publique est censé rendre service à l'ensemble des citoyens. Avec cette chaîne, je ne suis pas sûr que ce soit le cas, parce que je ne vois pas à quel niveau et pour qui ça rend service, si ce n'est que ça coûte cher. Je ne vois pas la révolution à venir.

Un citoyen libre dans une démocratie qui fonctionne correctement, c'est un citoyen bien informé avec des médias qui ont les moyens de bien informer. Si aujourd'hui on a plus les moyens de le faire, c'est dangereux.

Selon vous, cette chaîne peut-elle créer sa propre audience ou ira t-elle « piquer » l'audience des autres chaînes d'information en continu ?

Ce sera nécessairement un peu des deux parce que les gens qui ont envie aujourd'hui de regarder de l'info à la télé, ont déjà la possibilité de le faire. Ce n'est pas comme s'il existait une sorte de territoire encore vierge à conquérir. Je pense que si la chaîne se lance sur des modèles que l'on connaît, elle ira grignoter un peu d'audience chez *iTélé*, un peu chez *BFM*, un peu chez *LCI* et aussi un peu chez *France 2* et *France 3* puisqu'aujourd'hui, les rendez-vous d'info les plus regardés, restent les JT des chaînes traditionnelles.

Quelle est la part d'audience à BFM ?

10 millions de téléspectateurs tous les jours. C'est de l'audience cumulée.

Quelle sera la plus grande différence entre BFM et cette nouvelle chaîne ?

Je ne sais pas car ce qu'ils vont faire est assez flou. Est-ce qu'ils vont faire peu ou beaucoup de direct, du débat, est-ce que ça va être du *France TV* ou du *France Info* ? Combien de moyens en terme de JRI et de diffusion ? On est encore trop loin du projet.

L'absence de publicité chez eux peut vous pénaliser ? Comment vivre sans publicité ?

S'il n'y a pas de publicité sur la chaîne d'info, ce sera très pénalisant pour nous. On a un temps de consommation de *BFM* qui est assez court pour une chaîne de TV, autour de 25 min en moyenne par jour, ce qui veut dire qu'on peut être confrontés à

la publicité pendant ce temps-là. Si le téléspectateur zappe et que sur l'autre chaîne d'info il n'y a pas de pub, ça peut être assez vite catastrophique pour nous.

Une seule possibilité de vivre sans publicité : être financé par le service public sans obligation d'avoir un retour sur investissement. L'État peut décréter qu'il va mettre 60 millions par an dans une chaîne de télévision, sans attendre un retour, puisque ce serait payé par la redevance ou diverses autres sources de revenus. Une chaîne privée comme nous, ne peut pas fonctionner sans publicité. Ou alors, par abonnement mais même comme ça, on a bien vu pour *LCI* que ça ne marche pas. Ils ont voulu faire de l'info payante constatant que l'info gratuite ne marchait pas. Mais l'information en payant à la télé ça ne marche pas. En revanche, en gratuit, *BFM* arrive à gagner un peu d'argent.

Un article de Téléràma du 11.10.2016 dit ceci : « Alain Weill, le PDG de NextradioTV a déjà annoncé qu'il emploiera tous les moyens légaux pour bloquer le projet : une nouvelle chaîne d'info, proteste-t-il, provoquera soit la mort de l'une d'elles soit l'affaiblissement de toutes » Est-ce correct et est-ce que cela définit la position globale de BFMTV ?

La position de BFM est celle d'Alain Weill donc c'est bien celle-la. Ça va affaiblir tout le monde et cela veut dire qu'au bout du compte, on fera tous une information de moins bonne qualité car y aura moins de moyens. Ça revient à jouer la carte de la médiocrité ou alors à tuer l'une des chaînes parce qu'elle n'aura plus les moyens de subsister. Ce n'est pas souhaitable pour le pluralisme de l'information.

Il y a beaucoup d'incertitudes autour de cette chaîne d'info. Ce n'est ni une bonne nouvelle, ni une bonne idée car elle ne répond pas à un besoin, elle est chère et va affaiblir toutes les autres chaînes.

Est-il possible d'empêcher la création de cette nouvelle chaîne ?

S'il y a un choix politique de faire cette chaîne, elle existera.

- **Annexe 4** : Interview d'**Antoine Bayet**, directeur de l'information numérique à France Info - le 16 mai 2016 dans les locaux de France Info à la Maison de la Radio

C'est une chaîne créée par *France TV* et *Radio France* conjointement ou elle est uniquement créée par *France TV* en partenariat avec *Radio France* ?

Delphine Ernotte a présenté un projet au CSA qui a été rendu public. La chaîne info constituait un petit point de son programme mais assez important. Pourquoi elle met ça dans son programme ? Parce que c'est déjà dans un document public antérieur à ça. Avant que la présidente ne soit désignée, il y a eu un rapport présenté par un conseiller d'État : Marc Schwartz, au premier semestre de l'année 2015. Ce rapport fixait un certain nombre d'ambitions pour ce que devait être *France TV* à l'horizon 2020. Dans ce rapport, figure la création d'une chaîne info, donc ce n'est pas tombé du ciel dans la tête de Delphine Ernotte puisque c'est quelque chose qui faisait déjà partie d'un cap. En 2000 il y a eu les prémices d'une réflexion de la chaîne info à l'intérieur de *France TV*. Le dossier existe donc depuis un moment. Delphine Ernotte a pris ses fonctions le 22 août dernier et le 1er septembre, un communiqué de presse commun à Delphine Ernotte et Mathieu Gallet, annonce que *Radio France* et *France Télévisions* réfléchissent et vont travailler ensemble sur la question d'une chaîne info télévisée. Ils chargent alors Germain Dagognet, rédacteur en chef à *TF1* et Laurent Guimier, directeur de *France Info*, de réfléchir à cette question-là. C'est donc un des premiers actes de Delphine Ernotte.

Il y a donc quelque chose qui existe dans le programme d'Ernotte et lorsqu'il s'agit de le mettre en oeuvre, *Radio France* s'est associé à la chose, c'est donc une réflexion conjointe. À *Radio France* on savait que ce projet allait sortir et on voulait y être associés. C'est donc une volonté forte de réfléchir avec *France TV* à ce projet.

Pourtant, la participation de *Radio France* et de *France Info* est minime par rapport au travail de *France Télévisions*

Ceux qui ont le plus de travail à faire c'est bien sûr *France Télévisions*, parce qu'ils ont une chaîne à créer en partant de zéro. Il n'y a pas de rédactions, de canal TNT donc pour eux, c'est un énorme chantier. Et le travail effectué depuis septembre 2015 jusqu'à aujourd'hui

n'a rien à voir avec le travail fourni par *France Info*, principale associée de la démarche, puisque *France Info* est une station qui existe déjà, il n'y a donc rien à construire.

Il n'y a pas d'autres radios associées ?

Ce serait possible. Ce n'est pas pour l'instant la priorité mais potentiellement, à moyen terme, il pourrait y avoir des contenus venus des autres radios de *Radio France*. Sur *France Info*, il y a d'ailleurs déjà des contenus qui viennent d'autres radios. Quand on fait une édition spéciale, les journalistes de *France Bleu* contribuent au travail de *France Info* et ça va continuer. Il y a des journalistes extérieurs de *France Info*, venant de France Bleu, France Inter etc. qui seront amenés à la chaîne. Mais notre engagement est que, pour eux, ça se fasse comme on le fait aujourd'hui. Il n'y a rien qui doit changer. Après, sur des rendez-vous plus ponctuels, est-ce qu'il va y avoir des chroniques issues du *Mouv'* par exemple, pourquoi pas ? L'idée est d'aller chercher les meilleures compétences partout où elles sont au sein de l'audiovisuel.

Dans « l'instant M » du 11 avril sur France Inter, Sonia Devillers dit que *France Télévisions* aura largement plus la main que *Radio France* sur ce projet. *France Info* ne peut-elle pas alors être aspirée par cette chaîne de télévision, d'autant plus que la chaîne télé portera probablement le même nom que la radio ?

Si elle va s'appeler *France Info*, on ne sait pas encore, rien n'est acté. Delphine Ernotte et Mathieu Gallet le souhaitent et je pense aussi que la chaîne doit s'appeler *France Info* car c'est une opportunité rare. Il n'y a pas de risques que les téléspectateurs mélangent tout, au contraire. *France Info* peut contribuer à une chaîne télé qui s'appelle *France TV Info*. Mais dans quelques années, l'état actionnaire dira que le projet est illisible et qu'il faut qu'il y ait qu'une seule marque qui soit *France Info TV*. Dans ce cas, le nom de la télévision sera plus fort et le nom de la radio *France Info* disparaîtra. On aura alors contribué à creuser notre propre tombe. Si *France Info* radio contribue à un projet nommé *France Info*, c'est pour nous un rayonnement de la marque supplémentaire. Cette marque qu'est *France Info* est connue par 92% des Français.

Pourquoi on est prêt à aller vers un projet qui s'appelle *France Info* sur un écran ? Parce que de toutes façons les écrans sont notre développement : on est parti depuis 2 ans sur une ligne stratégique à *France Info*, on sait que notre avenir ne va pas s'écrire dans des postes radios qui n'ont pas d'écrans. Les studios sont déjà filmés aujourd'hui, on a aussi un

projet de vidéo continue. Côté usage, 37% des auditeurs de *France Info* nous écoutent en voiture. C'est probablement la radio la plus écoutée en voiture. Dans cinq ans, les voitures vendues avec des autoradios sans écran, je ne suis pas sûr que ça existera encore. Il y aura toujours une écoute de la radio qui sera sans images, dans la douche par exemple. Mais les nouveaux supports qui permettent d'écouter la radio aujourd'hui ont tous des écrans. Notre but n'est pas de faire de la télé mais se développer sur des écrans c'est vital pour nous. Donc à partir de là, soit on fait quelque chose dans notre coin sur des écrans, soit on profite du coup d'accélération énorme du côté de *France Télévisions* avec la volonté d'une chaîne info qui peut nous permettre l'accélération considérable de nos projets. Sans la participation de *France Télévisions*, ces projets auraient mis un temps fou à se concrétiser. Ça vaut donc le coup d'y aller et si ça s'appelle *France Info* tant mieux, ça voudra dire que les gens connaîtront le nouveau visage de la chaîne radio. Ce sera peut être sur un poste de télévision, une page Facebook... Tant que c'est de l'information de qualité du service public, recoupée, vérifiée et distribuée de manière intelligente, banco !

Quelles seront les missions de *France Info* au sein de cette nouvelle chaîne ?

France Info fournira quatre contenus éditoriaux très précis à la chaîne de télévision : une émission politique le matin sur le créneau 8h30-9h00 et pas 7h45-8h00 comme on le fait aujourd'hui. L'idée est de capitaliser sur le fait qu'on a un invité politique qui vient tous les matins en alliant autre chose autour de l'invité. On a un zapping le matin à 8h25 donc on va probablement l'inclure là-dedans afin de constituer une grosse tranche politique qui dure une demi-heure, en frontal avec ce qu'il se passe à cette heure-là sur *BFMTV* avec Jean-Jacques Bourdin. Deuxième produit, notre émission talk du soir, « Les informés », de 20h à 21h, qu'on va mieux éditer afin de l'adapter au format télé avec des illustrations visuelles pour illustrer ce qu'il se raconte et ne pas se contenter de filmer uniquement les studios. Le principe restera le même : 4-5 sujets d'actualité creusés et débattus. Dans la même catégorie, une émission de talk sur le sport avec des invités et de l'illustration sera diffusée a priori de 21h à 21h30.

Troisième produit, le rappel des titres, que l'on va livrer quatre fois par heure. Les rappels de titre existent déjà sur *France Info* et ont lieu à la minute 15, 23, 45 et 53 de chaque heure pour proposer l'actualité en une minute. C'est l'un des produits pour lesquels la radio *France Info* est la plus écoutée et c'est aussi le moins bien défini. On va donc profiter de notre participation à la chaîne d'info pour revisiter ce produit. Ce n'est pas confirmé,

mais les rappels des titres pourraient avoir lieu aux minutes 10, 20, 40 et 50. On ne les fait pas aux minutes 0 et 30 car à ce moment, *France Télévision* fait des JT. Donc on vient compléter les tranches horaires de la télévision pour que le téléspectateur ne soit jamais à plus de dix minutes de l'information. Ces rappels de titre vont passer à la radio et à la télévision en même temps, ce qui représente une gageure technique. Rien de ce qui est fait sur l'antenne de *France Info* ne doit être perturbé par sa contribution à la chaîne télévisée. C'est à dire que sur un titre par exemple, on ne va pas attendre d'avoir l'image pour le donner. Jamais un présentateur à l'antenne ne dira « Regardez sur l'image que l'on diffuse à l'écran », non. Rien ne va changer car il y a 4 millions d'auditeurs par jour à *France Info* et on souhaite continuer de faire ce qui leur plaît chez nous.

Le quatrième produit sont les éditions spéciales. Quoi qu'il arrive, si l'actualité s'y prête, *France Info* fait une édition spéciale et continuera de le faire. La possibilité est ensuite offerte à la chaîne de télé de la diffuser ou non en fonction de leurs équipes et du temps qu'elles mettent à arriver sur les lieux.

D'où seront enregistrés les programmes *France Info* pour la chaîne de télévision ?

Il y a quatre endroits : le matin et le soir, l'émission politique et « les informés » ainsi que l'émission sport, seront enregistrées depuis le 2^e étage de la *Maison de la Radio*, le studio 211, grand studio actuellement en construction qui fera radio et télé. Les journalistes de *France Info* mettent environ 45 secondes à descendre du 3^e étage à ce studio.

Les rappels des titres seront faits dans une zone au sein des studios de *France Info* qui est en cours d'aménagement.

Le troisième lieu où s'enregistreront les contenus destinés à la télé, c'est dans un des deux studios d'antenne de la *Maison de la Radio* qui va être amélioré pour faire une image de meilleure qualité que celle produite actuellement dans les studios filmés. Il y aura des écrans dans les studios mais principalement destinés à mettre de l'habillage, des logos etc.

Le quatrième endroit est le studio 421 de *France Info* qui servira à enregistrer les éditions spéciales.

Quel est le budget accordé par *France Info* à cette chaîne ?

L'investissement pour le studio 211 est d'environ un million d'euros. Pour l'aménagement du lieu où seront faits les rappels des titres, le budget est beaucoup plus limité : quelques dizaines voire centaines de milliers d'euros.

A la rentrée, dans le cadre du lancement de la nouvelle chaîne d'information continue, 28 postes seront créés au sein de l'équipe de *France Info*, pour la contribution à cette chaîne. 13 postes de journalistes, 15 postes de techniciens. A l'échelle de *France Info*, ça représente beaucoup puisqu'il y a actuellement 130 journalistes qui y travaillent, on y ajoute 13 postes donc c'est 10% de notre effectif.

Il n'y aura aucun licenciement à *France Info*. Des postes qui changent de nature ou des personnes qui partent à la retraite oui, mais pas de licenciement.

Selon vous, cette nouvelle chaîne d'information répond-elle à un besoin ?

Oui parce qu'aujourd'hui, il y a beaucoup de bêtises qui sont diffusées sur les chaînes d'information car la vérification des sources n'est pas suffisante. On a besoin d'une information recoupée, vérifiée et certifiée. Si déjà on arrive à être présent sur différents supports et à aligner une qualité d'information, ce serait énorme.

La ligne éditoriale de la chaîne avec sa volonté de pédagogie, de décryptage et de compréhension répond aussi à un besoin. Les chaînes de télévisions privées font du talk mais le talk ce n'est pas du décryptage, c'est de l'opinion, ce sont des gens qui vont venir donner un point de vue sur l'actualité. C'est bien mais ce n'est pas une explication de l'actualité. Pour arriver à cela, il faut un format particulier. « Les décodeurs » au *Monde* font ça, la chronique de *France Info* « Expliquez-nous » le fait aussi, donc il est impératif de prendre ce parti pris.

Pourquoi il y a besoin d'une chaîne d'information du service public ? Avant tout pour la rigueur de l'information. Le public ciblé dépendra ensuite des formats que l'on propose. Si on est sur *Snapchat* ou sur le numérique, on va pouvoir toucher les jeunes mais ce n'est pas la priorité.

RÉSUMÉ

Ce mémoire porte sur la nouvelle chaîne d'information continue, commune à *France Télévisions* et *Radio France*. Il part du constat que *BFMTV* et *iTélé* n'ont plus le monopole de l'information en continu sur la TNT puisque *LCI* est passée en gratuit le 5 avril 2016 et que la nouvelle chaîne du service public sera également lancée sur la TNT en septembre.

Or, la France compte parmi les pays qui possèdent le plus d'offre d'information continue, avec cinq chaînes : *BFMTV*, *iTélé*, *LCI*, *France 24* et *Euronews*, et que ces modèles sont tous en plus ou moins grande difficulté financière.

Les questions principales sont donc les suivantes : qu'est-ce que cette nouvelle chaîne va apporter de plus et quels sont les bouleversements qu'elle risque de provoquer au sein du paysage audiovisuel français ?

Pour y répondre, il faut revenir aux enjeux et aux mutations des chaînes d'information en continu françaises, depuis leur création. Inspirées de *CNN*, ces chaînes ont évolué au fil du temps pour arriver à créer une identité distincte, à travers une ligne éditoriale bien précise, ce qui leur garantit une audience et une place sur la TNT.

Il s'agit ensuite de présenter le plus complètement possible, bien que toutes les informations ne soient pas encore livrées ou confirmées, cette nouvelle offre d'information continue. La chaîne se distingue des autres par son statut de chaîne publique, par une ligne éditoriale basée principalement sur le décryptage, et parce qu'elle vise un public jeune avant tout.

Enfin, la question que l'on peut se poser est la suivante : comment réagissent les autres chaînes d'information en continu à cette nouvelle offre et que vont-elles faire pour sauver leur modèle économique devant davantage de concurrence ? L'arrivée d'une quatrième chaîne d'information en continu sur la TNT est bien loin de faire uniquement des heureux, mais elle peut pousser les autres chaînes à se réinventer pour conserver leur place sur la TNT, ce qui pourrait alors créer davantage de diversité.

MOTS-CLÉS

- Information continue
- Nouvelle offre
- Service public
- Télévision
- Radio
- Numérique
- Partenariats
- Concurrence