



HAL
open science

Le pluralisme des médias à l'ère numérique

Franck Rebillard, Jedediah Sklower

► **To cite this version:**

Franck Rebillard, Jedediah Sklower. Le pluralisme des médias à l'ère numérique. [Rapport de recherche] Centre for Media Pluralism and Media Freedom; Robert Schuman Centre for Advanced Studies; European University Institute; Irméccen. 2022. hal-03723303

HAL Id: hal-03723303

<https://hal.science/hal-03723303v1>

Submitted on 25 Jul 2022

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.



Distributed under a Creative Commons Attribution - NonCommercial - NoDerivatives 4.0 International License

LE PLURALISME DES MÉDIAS À L'ÈRE NUMÉRIQUE

APPLICATION DU MEDIA PLURALISM MONITOR À L'UNION EUROPÉENNE, À L'ALBANIE, AU MONTÉNÉGRO, À LA RÉPUBLIQUE DE MACÉDOINE DU NORD, À LA SERBIE ET À LA TURQUIE EN 2021

Rapport: France

Franck Rebillard, IRMÉCCEN - Université Sorbonne Nouvelle
Jedediah Sklower, IRMÉCCEN - Université Sorbonne Nouvelle

Rapport du projet de recherche

Publication -
Juillet 2022

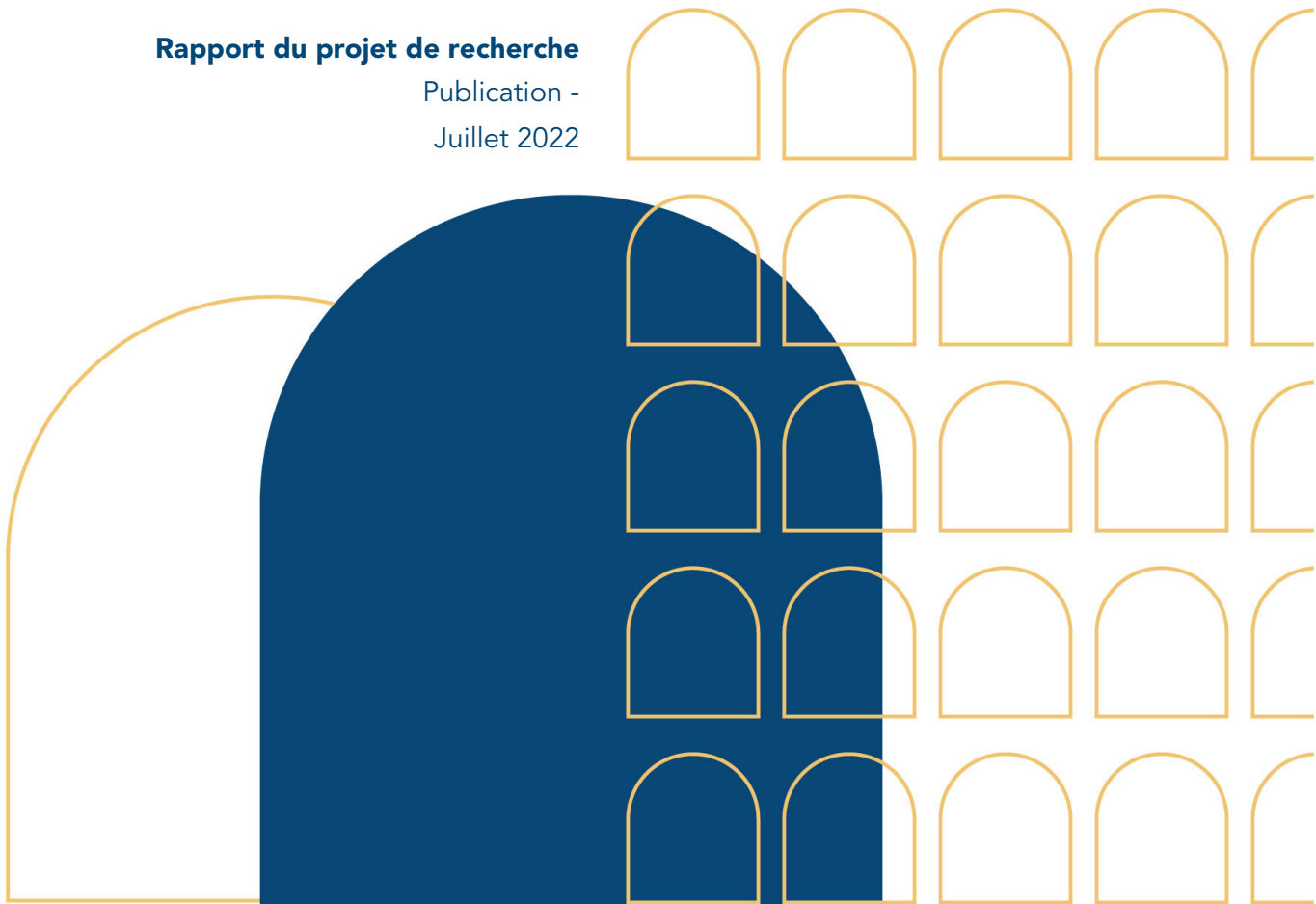


TABLE DES MATIERES

1. À propos de ce projet	4
1.1. Vue d'ensemble du projet	4
1.2. Méthodologie	4
2. Introduction	6
3. Evaluation des risques concernant le pluralisme des médias	8
3.1. Protections fondamentales (34% - Risque moyen)	9
3.2. Pluralisme du marché (52% - Risque moyen)	18
3.3. Indépendance politique (29% - Risque faible)	25
3.4. Inclusion sociale (31% - Risque faible)	31
4. Evaluation des risques concernant le pluralisme des médias en ligne	37
5. Conclusions	49
6. Références	52
Annexe I. Equipe pays	
Annexe II. Groupe d'experts	

© European University Institute 2022

Contenu et chapitres individuels © Franck Rebillard, Jedediah Sklower, 2022

Ce rapport est publié par l'European University Institute,
Robert Schuman Centre for Advanced Studies.

Ce texte ne peut être téléchargé qu'à des fins personnelles. Toute reproduction, que ce soit sur un support papier ou électronique, requiert l'autorisation expresse des auteurs. Toute citation doit mentionner le nom des auteurs, l'année et l'éditeur.

Toute question doit être adressée à: cmpf@eui.eu

Les vues exprimées dans cette publication reflètent l'opinion des auteurs et non celle de l'European University Institute.

The English version of this report prevails over this translation.

Centre for Media Pluralism and Media Freedom
Robert Schuman Centre for Advanced Studies

Rapport du projet de recherche -
RSC / Centre for Media Pluralism and Media Freedom
Publié en Juillet 2022

European University Institute
Badia Fiesolana
I – 50014 San Domenico di Fiesole (FI)



With the support of the Erasmus+ Programme of the European Union. The European Commission supports the EUI through the EU budget. This publication reflects the views only of the author(s) and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

1. À propos de ce projet

1.1. Vue d'ensemble du projet

Le Media Pluralism Monitor (MPM) est un outil de recherche créé pour identifier des risques pesant sur le pluralisme médiatique dans les États membres de l'Union européenne et dans quelques pays candidats à l'intégration européenne. Ce rapport a été produit à partir des données recueillies pour le MPM pendant l'année 2021. La mise en œuvre du projet a été conduite dans 27 pays membres de l'Union européenne, ainsi qu'en Albanie, Monténégro, République de Macédoine du Nord, Serbie et Turquie. Le projet, conduit sous l'égide du Parlement européen, a bénéficié d'un soutien financier attribué par la Commission européenne au Centre for Media Pluralism and Media Freedom (CMPF) de l'European University Institute.

1.2. Méthodologie

Le CMPF s'associe à des chercheurs nationaux expérimentés et indépendants afin de collecter les données et produire les rapports de chaque pays, à l'exception de l'Italie, où ce travail est effectué par l'équipe du CMPF. Le travail se fonde sur un questionnaire standardisé développé par le CMPF.

En France, le CMPF s'est associé au Professeur Franck Rebillard et au Dr Jedediah Sklower (IRMÉCCEN – Université Sorbonne-Nouvelle), qui ont pris en charge la collecte de données, l'attribution de notes aux différentes variables et leur justification dans le questionnaire en ligne, et ont réalisé un certain nombre d'entretiens pour étayer leurs évaluations. Le rapport a été révisé par l'équipe du CMPF. De plus, afin de s'assurer de la pertinence et de la fiabilité des données renseignées, un groupe d'experts nationaux (voir liste en Annexe II) a également révisé les réponses apportées à un certain nombre de questions appelant des interprétations moins factuelles. Les rapports d'un certain nombre de pays ont également été révisés par un expert indépendant.

Les risques menaçant le pluralisme médiatique sont classés dans quatre « aires » thématiques : Protections fondamentales, Pluralisme du marché, Indépendance politique et Inclusion sociale. Les résultats sont basés sur l'évaluation d'un certain nombre d'« indicateurs » propres à chaque « aire » :

Protections fondamentales	Pluralisme du marché	Indépendance politique	Inclusion sociale
Protection de la liberté d'expression	Transparence de la propriété des médias	Indépendance politique des médias	Accès des minorités aux médias
Protection du droit à l'information	Concentration des médias d'information	Autonomie des rédactions	Accès des communautés locales/régionales aux médias
Statut, normes et protection des journalistes	Concentration des plateformes numériques et application des règles de concurrence	Médias audiovisuels et numériques en période électorale	Accès des femmes aux médias
Indépendance et efficacité de l'autorité des médias	Viabilité des médias	Régulation étatique des ressources et du soutien au secteur des médias	Éducation aux médias et à l'information

Couverture des médias traditionnels et accès à Internet	Influence commerciale sur les contenus éditoriaux	Indépendance de la gestion et du financement des médias publics	Protection contre les discours illicites et haineux
---	---	---	---

Tableau 1 : « Aires » et « indicateurs » du Media Pluralism Monitor

La dimension numérique

Le MPM considère que l'environnement numérique fait pleinement partie du champ médiatique ; les questions de pluralisme et de liberté d'expression y sont tout aussi cruciales que pour les médias traditionnels. L'outil du MPM extrait néanmoins les scores spécifiques à ces questions numériques et le rapport propose, à part, une analyse des risques afférents.

Calcul du risque

Les résultats de chaque aire thématique et de chaque indicateur sont présentés sur une échelle allant de 0 à 100 % :

- scores allant de 0 à 33 % : risque de niveau « faible »
- scores allant de 34 à 66 % : risque de niveau « moyen »
- scores allant de 67 à 100 % : risque de niveau « fort ».

Par défaut, les scores chiffrés à 0% sont ramenés à 3 % et les scores de 100 % sont ramenés à 97 %, pour éviter d'affirmer que le risque serait absolument nul ou absolument certain.

Limitation de responsabilité

Le contenu de ce rapport ne reflète pas nécessairement la position du CMPF, ni celle des membres du Groupe d'experts. Elle représente les vues de l'équipe nationale ayant collecté les données et plus particulièrement des auteurs du rapport. Du fait de mises à jour et de l'affinage du questionnaire, les scores du MPM2022 peuvent ne pas être parfaitement comparables avec ceux des éditions précédentes du rapport. Pour plus de détails sur le projet, voir le rapport du CMPF sur le MPM2022, bientôt consultable ici: <http://cmpf.eui.eu/media-pluralism-monitor>.

2. Introduction

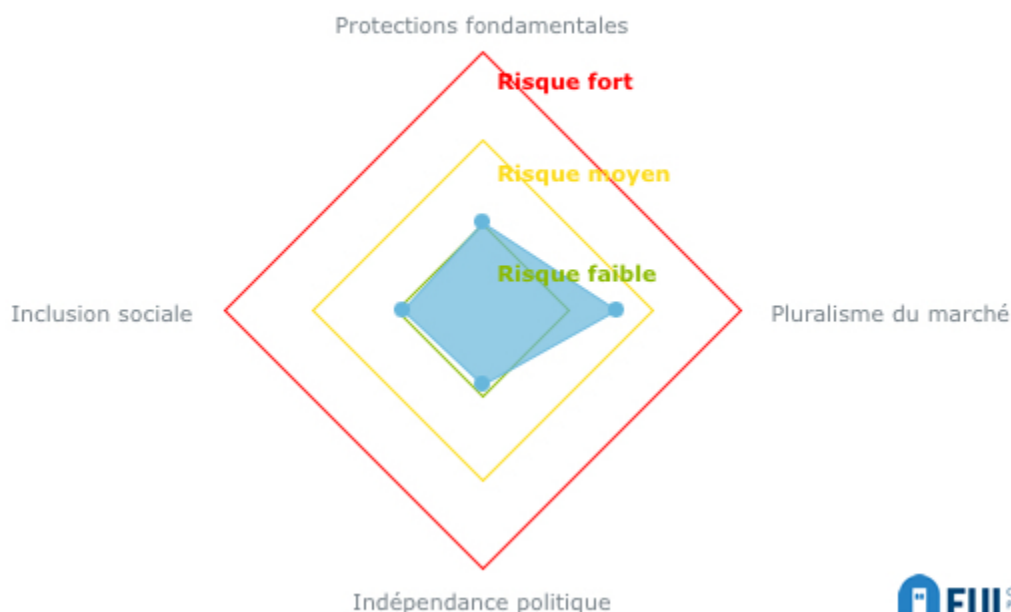
- **Population** : En janvier 2022, la France comptait 67,8 millions de citoyens, dont 2,2 millions dans les territoires d'outre-mer (INSEE, 2022a).
- **Langues** : Le paysage linguistique de la France est très divers : outre la langue nationale, il existe de nombreuses langues régionales (alsacien, basque, breton, catalan, corse, occitan, etc.), une variété de langues créoles et d'outremer, les langues parlées par les communautés immigrées, sans oublier la langue des signes.
- **Minorités** : Les minorités ethniques n'ont pas d'existence légale en France, et il y a d'importantes restrictions à la production de statistiques ethniques. En 2021, la France comptait 7 millions d'immigrés (dont 2,5 millions avaient acquis la nationalité française) et 0,8 million d'étrangers nés sur le territoire national. 47,5 % des immigrés séjournant en France sont nés en Afrique, 32,2 % en Europe (INSEE, 2022b).
- **Situation économique** : En 2021, le PIB de la France a crû de 7 % après une chute de 8,3 % en 2020 ; il a retrouvé le taux de croissance antérieur à la COVID pendant le 3^e trimestre, mais demeure inférieur à celui de 2019 de 1,6 % (INSEE, 2022c). La France représente la troisième économie du continent européen, derrière l'Allemagne et la Grande-Bretagne.
- **Situation politique** : Depuis les élections de 2017, la France est gouvernée par le président de la République Emmanuel Macron, dont le parti politique centriste et libéral La République en marche (LaREM) contrôle l'Assemblée nationale. L'année 2021 fut marquée par la permanence de contestations des restrictions liées à la COVID (notamment le passe sanitaire) ainsi que par la « pré-campagne » présidentielle et les tensions croissantes entre la Russie et l'Ukraine, à partir d'octobre.
- **Secteur médiatique** : Le paysage médiatique français est composé d'un secteur audiovisuel public et privé. Avec l'avènement de la télévision numérique terrestre dans les années 2000, il y a eu prolifération des chaînes privées, qui sont désormais contrôlées par quelques grands groupes. Le projet de créer une nouvelle entité publique a été repoussé du fait de la crise engendrée par la COVID. Avec l'intensification de la concentration du secteur des médias audiovisuels (expansion de l'empire Bolloré, fusion envisagée de TF1 et M6), la portée des émissions d'opinion s'est accrue à l'approche de l'élection présidentielle de 2022. La presse est constituée de titres nationaux, pour la plupart politisés, destinés à un lectorat urbain et aisé, et de titres régionaux dont l'audience est plus âgée et moins fortunée, tandis que le lectorat plus jeune tend à ignorer la presse en faveur de médias en ligne, auxquels il accède souvent par le truchement de plateformes tierces. Cet environnement médiatique a rapidement évolué ces dernières années, avec la progression de médias et de plateformes en ligne, tandis que les médias traditionnels, et notamment la presse écrite, doivent faire face à des difficultés économiques croissantes, leur lectorat et leurs recettes publicitaires se réduisant à un rythme rapide depuis plusieurs années.
- **Paysage réglementaire** : En 2021, les secteurs de la télévision et de la radio étaient encore régulés par le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA). Celui-ci a fusionné avec l'autorité en charge des droits d'auteur en ligne (la HADOPI) pour constituer une nouvelle entité, l'ARCOM, dont les fonctions seront étendues pour inclure la supervision de contenus en ligne, tandis que les réseaux et services de télécommunication resteront l'apanage de l'ARCEP. L'Autorité de la concurrence peut être appelée à statuer sur des questions relatives à la concentration économique (loi n^o 86-897 du 8/01/1986 ; Code

de commerce, art. L-233, L-420, L-430, L-464). Elle a adopté une position offensive sur la question des droits voisins, particulièrement en ce qui concerne les GAFAM : en effet, elle a imposé des amendes très élevées à Google pour n'avoir pas respecté ses décisions passées. À l'échelle européenne, la France a été, dans une certaine mesure, une pionnière dans la régulation de l'Internet : elle fut la première à appliquer la Directive européenne sur le droit d'auteur d'avril 2019 (n° 2019/790), par une loi de juillet 2019 (n° 2019-775). Toutefois, il n'y a pas encore de consensus au sein du secteur sur la façon de réagir à l'intrusion des GAFAM. Un nombre important de médias associés au sein de l'APIG ont signé des accords avec ceux-ci, tandis que d'autres associations (SEPM, FNPS, SPIIL) se sont unies pour créer la Société des droits voisins de la presse (DVP) afin de négocier, collecter et distribuer les fonds issus des droits voisins, car elles ont été pour l'instant ignorées par Google et Facebook, ou bien ont refusé les termes que ces sociétés leur proposaient, étendant ainsi la lutte à l'année 2022.

- **COVID-19** : Les effets de crise de la COVID se sont mêlés à un certain nombre de tendances antérieures : renforcement de la concentration dans l'ensemble des secteurs médiatiques et accroissement de l'insécurité sociale et économique de nombreux professionnels des médias, notamment. Depuis 2019, la conjoncture est également marquée par une défiance croissante vis-à-vis des sources d'information dominantes, diverses attaques contre les journalistes (violence physique, harcèlement, « procès bâillons ») ainsi que par des mesures législatives controversées.

3. Evaluation des risques concernant le pluralisme des médias

France: Différents types de risque pouvant affecter le pluralisme des médias



JS chart by amCharts

EUI CENTRE FOR MEDIA
PLURALISM AND
MEDIA FREEDOM
MPM 2022

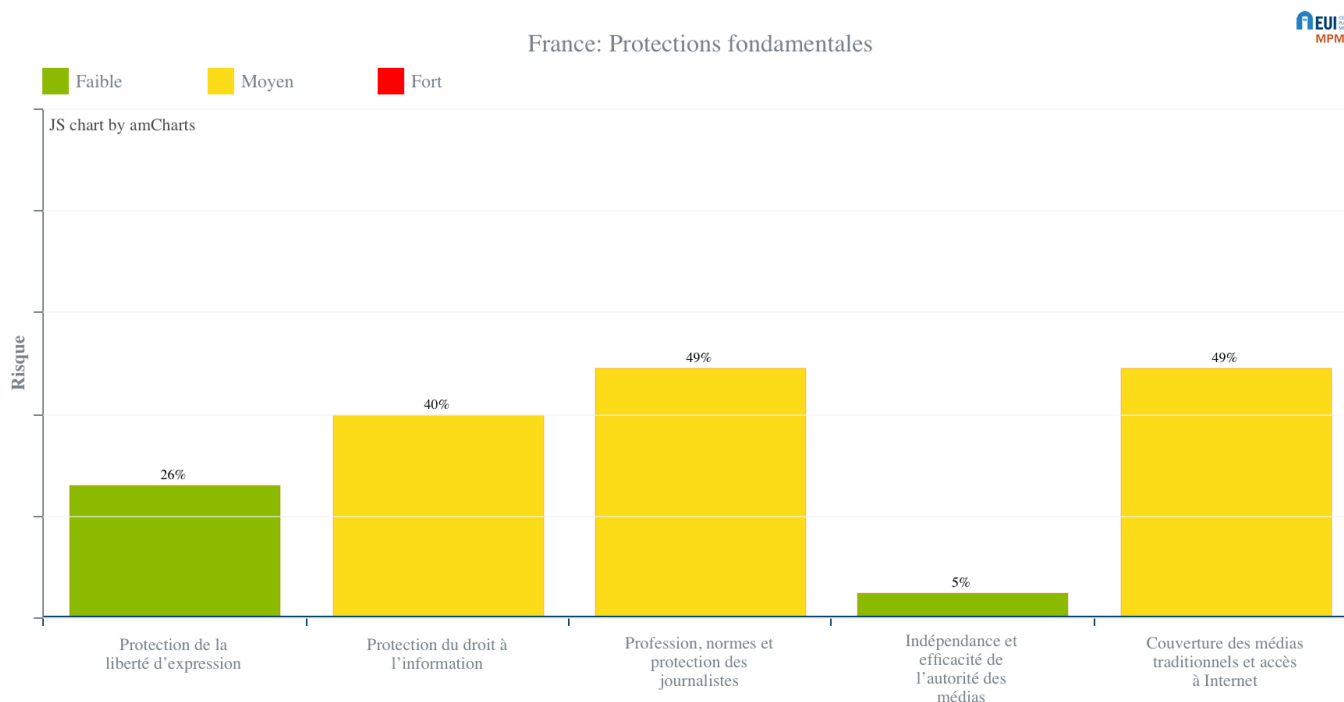
Si nous prenons les chiffres « purs », et comparons les scores des rapports 2020 et 2021 pour chacun des quatre grands ensembles d'indicateurs, la tendance générale est à une baisse des risques de l'ordre de 4 à 6 points : en effet, trois ensembles voient leurs scores se réduire (Protections fondamentales : 34 %, en baisse de 4 points ; Pluralisme du marché : 52 %, moins 6 points ; Inclusion sociale : 31 %, moins 6 points), alors que l'ensemble « Indépendance politique » voit son score augmenter d'un point (28 %). Les situations sont très contrastées à l'échelle des 200 variables : il y a eu des améliorations, avec un plus grand nombre de risques évalués comme « faibles » (81, en hausse de 6 points) et un plus petit nombre de variables avec un risque « fort » (19, moins 10). Néanmoins, il y a toujours une majorité de variables présentant un risque « moyen » (91, plus 4) ou « fort » (19), pour un total de 55 %, avec 32 variables dont le niveau de risque a été évalué à la hausse.

À l'échelle des 20 indicateurs, l'évaluation de la situation française révèle l'existence d'une majorité de situations où le risque est « moyen » : 12 indicateurs (plus 1), soit une légère détérioration au niveau général, une évolution contrebalancée par le fait que désormais, seul un indicateur a un niveau de risque « fort » (2 en 2020), tandis que le nombre d'indicateurs de niveau « faible » reste stable à 7.

Dans l'ensemble, l'amélioration de l'économie en 2021 a évidemment eu des effets positifs sur divers aspects du secteur des médias, par contraste avec les catastrophes de l'année dernière. Mais structurellement, un grand nombre de menaces sérieuses mises en valeur dans le rapport précédent demeurent, et ne suivent donc pas la tendance annoncée à l'échelle macroéconomique, ce qui explique la majorité de situations où le risque est de niveau « moyen ».

3.1. Protections fondamentales (34% - Risque moyen)

Dans toute démocratie contemporaine, les Protections fondamentales constituent l'épine dorsale réglementaire du secteur médiatique. Les indicateurs de cet ensemble mesurent un certain nombre de risques, qui ont trait à l'existence et à l'efficacité des garde-fous réglementaires en matière de liberté d'expression et de droit à l'information ; au statut national des journalistes et aux protections dont ils jouissent pour accomplir leur travail ; à l'indépendance et à l'efficacité des autorités nationales en charge de réguler le secteur des médias ; et à la couverture territoriale des médias traditionnels et à l'accès à l'Internet.



3.1.1. RESPECT DE LA LIBERTÉ D'EXPRESSION

Vue d'ensemble

- Évaluation du risque : « faible » (26 %, en baisse de 15 points – cet indicateur sort de la catégorie de risque « moyen »)

La Constitution et l'arsenal juridique français (notamment la loi du 29 juillet 1881 sur la liberté de la presse), ainsi que les textes européens en vigueur, assurent le respect des libertés de la presse, d'opinion et d'expression (Bigot, 2017 ; Derieux, 2018). Des restrictions légales existent, qui portent sur la diffamation et l'injure publique, la vie privée, le droit à l'image (loi de 1881), l'apologie de terrorisme (lois n° 55-385 du 4/03/1995, n° 2014-1353 du 14/11/2014), la manipulation de l'information (loi n° 2018-1202 du 22/12/2018) et l'incitation à la haine (lois « Gayssot » n° 90-615 du 14/06/1990, n° 2017-86 du 27/01/2017, n° 2020-766 du 25/06/2020), la confidentialité (secret professionnel, médical, défense, fonction publique, etc.). Plusieurs textes de loi garantissent en retour la confidentialité des lanceurs d'alerte (loi n° 2007-1598 du 12/11/2007, loi « Sapin » n° 2016-1691 du 9/12/2016, décret n° 2012-484 du 3/01/2012), avec des évolutions paradoxales que nous documentons plus loin. La baisse du score tient pour l'essentiel à la clarification, en 2021, de la situation ambivalente créée par la première mouture de la loi sur la « sécurité globale ».

Points spécifiques

- **Loi sur la sécurité globale**

L'un des grands sujets de préoccupation en 2020 et 2021 tenait à un article (n° 24) de la loi « sur la sécurité globale » (n° 2021-646, votée le 25/05/2021). Lors de sa discussion parlementaire, celui-ci contenait une clause permettant de poursuivre en justice des personnes diffusant publiquement, et avec une « volonté de nuire », l'image d'agents de police. Suite à la polémique et à une forte mobilisation menée par des médias et des syndicats de journalistes en novembre 2020 (voir le rapport de l'année dernière), ce segment fut suspendu et finalement censuré par le Conseil constitutionnel le 20 mai 2021 (décision n° 2021-817 DC).

- **Loi « séparatisme »**

Il est réapparu sous une nouvelle forme dans l'art. 36 de la loi du 24 août 2021 « confortant le respect des principes de la République » (n° 2021-1109), qui a modifié la loi du 21 juin 2004 « pour la confiance dans l'économie numérique » (n° 2004-575). La formulation a été modifiée : les termes sont plus généraux, car l'article s'applique désormais à l'ensemble des citoyens, prend explicitement en compte la sécurité des journalistes – une correction importante des problèmes précédents (Poupard, 2021) – et ne mentionne pas spécifiquement la diffusion d'images. Par conséquent, la loi condamne désormais la divulgation malveillante d'informations permettant « l'identification » ou la « localisation » d'individus, que ces informations concernent leur vie privée, professionnelle ou familiale. Le délit est puni d'une peine de 3 ans d'emprisonnement et d'une amende de 45 000 €. Lorsqu'il est commis contre des agents chargés d'une mission de service public, des personnalités politiques ou des journalistes, la peine d'emprisonnement peut s'élever à 5 ans, et l'amende à 75 000 €. La loi contient également des dispositions concernant les « sites miroirs » diffusant du contenu illégal ayant été précédemment bloqué ou déréférencé sur ordre des juges. Au nom de la lutte contre les « tendances séparatistes » et les discours qui les encouragent dans le contexte de la précampagne présidentielle (le gouvernement souhaitant montrer qu'il est intraitable sur l'Islam radical), cette nouvelle loi a été utilisée pour cibler plusieurs mosquées et associations musulmanes – un élément qui a été dénoncé comme une atteinte à la liberté de culte (Article19, 2021).

3.1.2. PROTECTION DU DROIT À L'INFORMATION

Vue d'ensemble

- Évaluation du risque : « moyen » (40 %, en baisse de 10 points)

Ce droit fondamental est garanti par les lois françaises (n° 78-753 du 17/07/1978 ; n° 79-587 du 11/07/1979 ; n° 2000-321 du 12/04/2000). Il y a eu des premiers signes positifs concernant le statut des lanceurs d'alerte, mais l'essentiel des progrès accomplis par la nouvelle loi les concernant fut annulé lors de son examen par le Sénat.

Points spécifiques

- **Secret des affaires**

L'un des problèmes les plus évidents en ce qui concerne le droit à l'information est le secret des affaires, défini dans la loi du 30 juillet 2018 (n° 2018-670), qui a transposé une directive européenne du 8 juin 2016 (n° 2016-943). Son périmètre a été étendu en septembre 2020 par la loi « ASAP » (n° 2020-1525). Ce « paquet » fut critiqué par des journalistes et des organisations de la société civile pour les limites qu'il impose à la liberté des médias (Mallet-Poujol, 2020) et sa criminalisation des lanceurs d'alerte (voir le rapport de l'année dernière).

Ces normes ont plusieurs fois justifié la restriction de l'accès à des informations jugées dignes d'intérêt public. Par exemple, l'ONG Sherpa a exigé que le ministère de la Transition écologique rende publique la liste des sociétés soumises au règlement européen sur les minerais de conflit, ce qui lui fut refusé en octobre 2020. Une bataille similaire fut lancée par *Le Monde*, l'ICIJ et 43 syndicats, rédactions et ONG dans l'affaire des « *Implant files* » : la Commission d'accès aux documents administratifs (CADA) s'opposa à la transmission des informations. Dans les deux cas, un recours fut déposé auprès du Tribunal administratif de Paris. Enfin, dans le cycle de négociations autour des droits voisins, le secret des affaires fut également invoqué par les plateformes en ligne pour justifier leur refus de donner des informations sur leurs revenus médiatiques ou sur les montants payés aux médias avec lesquels ils avaient signé des accords (voir plus loin dans ce rapport).

- **Protection des lanceurs d'alerte**

La directive européenne du 23 octobre 2019 (n° 2019-1937) améliore les droits des lanceurs d'alerte sur le continent. La loi « Wasserman » qui l'a transposée en France fut examinée et approuvée par le Parlement en 2021 : à l'origine, elle offrait de meilleures protections pour les lanceurs d'alerte et les « facilitateurs » (les personnes morales – associations, syndicats, etc. – qui les soutiennent), améliorait les mécanismes de soutien procurés par le Défenseur des droits, leur permettait de contourner les étapes auparavant imposées par la loi Sapin 2 du 9 décembre 2016 (n° 2016-1691) et ainsi de directement saisir les autorités judiciaires, leur assurait un soutien financier en cas de procédure judiciaire et sanctionnait ceux qui recouraient au « doxing » ou cherchaient à les faire taire par des procès bâillons. Cet ensemble de mesures représentait une réelle amélioration par rapport à la loi de 2016, et fut salué par nombre de médias et d'ONG – certaines d'entre elles, dont la Maison des lanceurs d'alerte, considérèrent néanmoins qu'elle aurait pu aller plus loin. Toutefois, la Commission des lois du Sénat a significativement réduit la loi en décembre 2021, l'amendant de telle sorte qu'elle contredit désormais non seulement la directive européenne, mais aussi la loi Sapin 2. Ces transformations ont complexifié la définition des lanceurs d'alerte, supprimé la reconnaissance des facilitateurs ainsi que la notion de « préjudice pour l'intérêt général », exclu les possibilités d'alerte dans une multiplicité de champs (les usagers, patients, clients ou simples citoyens ne sont plus protégés), supprimé la clause offrant une irresponsabilité pénale aux personnes ayant enregistré des conversations privées, et compromis le soutien financier public. Transparency International France a dénoncé ces reculs, qui illustrent selon l'ONG « l'absence de volonté de l'exécutif de lutter efficacement contre la corruption » (2021). Le Défenseur des droits a appelé le Sénat à maintenir les améliorations approuvées par l'Assemblée nationale.

- **Surveillance de journalistes par l'empire LVMH de Bernard Arnault**

En 2019-20, *Mediapart* a révélé que l'équipe du journal *Fakir* (créé par François Ruffin, un journaliste et réalisateur de documentaires, et parlementaire depuis 2017) avait été surveillée en 2015-16 par l'empire de Bernard Arnault, avec l'aide de Bernard Squarcini, jadis à la tête de la Direction centrale du renseignement intérieur (DCRI). Ruffin était à l'époque en train de produire le documentaire *Merci Patron !*, une satire critiquant les méthodes du conglomérat LVMH, également très présent dans le secteur des médias. Laurent Marcadier, alors qu'il était encore magistrat, et juste avant de rejoindre LVMH, avait cherché à obtenir des informations sur une enquête criminelle qui visait le groupe, et participa à la surveillance de *Fakir*.

En décembre 2021, LVMH a silencieusement admis sa culpabilité dans cette affaire tentaculaire – principalement le fait que le groupe avait conspiré pour obtenir des informations confidentielles sur l'enquête qui le visait dans un conflit avec la marque Hermès et que, par l'entremise de Bernard Squarcini, il avait espionné François Ruffin pendant qu'il tournait son documentaire. Le groupe a accepté la convention judiciaire d'intérêt public proposée par le parquet de Paris dans le dossier Squarcini, lui permettant d'éviter un procès public contre le versement d'une amende de 10 millions d'euros.

Au milieu des années 2010, LVMH avait fait pression sur les rédactions de plusieurs médias du groupe pour qu'ils ne mentionnent pas le documentaire, ce qui mena à de l'autocensure. On peut imaginer que la situation sera similaire avec ce dernier épisode, malgré la reconnaissance de culpabilité.

- **« Pegasus gate »**

1 000 citoyens français furent victimes de surveillance via le logiciel « spyware » Pegasus, parmi lesquels on compte plusieurs journalistes et médias, dont Bruno Delpont (*TSF Jazz*), Rosa Moussaoui (*L'Humanité*, auparavant à l'AFP), Edwy Plenel (*Mediapart*), Dominique Simonnot (*Le Canard enchaîné*), Éric Zemmour (*Le Figaro*, *CNews...*), France 2, France 24, *Le Monde*. L'État marocain a ciblé des journalistes puis a lancé des procès-bâillons pour réduire leurs investigations au silence. L'activiste franco-palestinien Salah Hamouri fut lui aussi surveillé par les autorités israéliennes à l'aide de ce logiciel.

3.1.3. PROFESSION, NORMES ET PROTECTION DES JOURNALISTES

Vue d'ensemble

- Évaluation du risque : « moyen » (49 %, en hausse de 1 point)

Cet indicateur est l'un des plus inquiétants de ce rapport. Il existe bien sûr un dispositif légal puissant pour défendre la profession de journaliste (loi « Brachard » du 29/03/1936 ; loi « Cressard » du 4/07/1974 ; Code du travail, conventions collectives). Le rythme de dégradation de la profession, au lieu d'empirer, est resté relativement stable grâce aux mesures exceptionnelles pour parer à la crise de la COVID. Mais tous les signaux pointent vers une situation alarmante, conjoncturellement et structurellement.

Points spécifiques

- **Conditions économiques**

La situation économique de la profession s'est extrêmement détériorée en 2020 comme en 2021. La COVID a accéléré des tendances structurelles. La dernière édition du « baromètre social » du journalisme établi pour l'année 2020 souligne la baisse du nombre de journalistes (34 132 ont une carte de presse, en baisse de 389) et la croissance de la précarité (27,6 % des journalistes), une situation qui affecte d'abord les femmes, qui sont moins représentées dans les postes de cadres. En 2021, il y a eu de nombreux plans de licenciement et liquidations dans l'ensemble du secteur médiatique, marquant « une accélération de la transformation des rédactions » vers des environnements numériques et transmédia (Charon, 2021).

- **Instabilité économique croissante et fuite des journalistes**

D'après le dernier ouvrage de Jean-Marie Charon et Adénora Pigeolat (2021) sur le phénomène des journalistes qui quittent la profession, il y a eu une chute du nombre de pigistes employés par les médias pendant la COVID. De moins en moins de journalistes intègrent la profession, de nombreux la quittent, souvent à un jeune âge, quelques années après l'avoir rejointe, afin de poursuivre des carrières dans d'autres métiers (communication, éducation aux médias, numérique, marketing, enseignement, arts). De plus en plus de journalistes accumulent des contrats courts et très incertains, avec de faibles possibilités d'engagement personnel. Ils affrontent des difficultés financières croissantes : le niveau des salaires pour de nombreux jeunes journalistes est significativement bas (et ils sont payés tard), puisqu'ils multiplient les contrats courts – stages, auto-entrepreneuriat, intermittence – des pratiques qui vont à l'encontre de la loi (lois « Brachard » et « Cressard), du Code du travail et des conventions collectives (Chupin, 2014 ; Dupuy, 2016 ; Frisque, 2013 ; Profession : Pigiste, 2016 ; Société civile des auteurs multimédia, 2019). Les valeurs d'utilité sociale et d'expressivité s'amenuisent : il y a un phénomène de « désenchantement », le travail est perçu comme vide de sens.

Charon et Pigeolat soulignent un double paradoxe : les jeunes journalistes abandonnent la profession de plus en plus tôt, alors qu'il y a de plus en plus de candidats aux postes. Ceux qui ont une vocation forte et sont passés par les écoles de journalisme les plus prestigieuses peuvent s'en sortir. Au sein de la presse régionale, par exemple à *Ouest-France*, il n'y a pas eu de licenciements, mais les propriétaires attendent que l'ancienne génération parte à la retraite, et décident soit de ne pas remplacer les postes vacants, soit de le faire avec des contrats précaires.

Les femmes journalistes avoisinant la quarantaine se plaignent d'un rythme et d'une charge de travail excessives, d'activités dévaluées, de *burnout* et de discriminations (salaires plus bas, plafond de verre). Arrivés à 50 ans, les journalistes ont par ailleurs plus de mal à s'adapter à la réorganisation des rédactions avec les transitions numériques, les nouvelles technologies et les nouveaux formats.

Les rédactions dans les chaînes de télévision sont de plus en plus fragmentées. Il y a moins de communication entre les différents acteurs engagés dans la production d'information : reporters, photographes, cameramen n'interagissent plus, dans bien des cas, avec les éditeurs, les salles de rédaction, les présentateurs.

Parmi les nombreux facteurs expliquant cette situation, il y a bien sûr l'effondrement des recettes de la presse et, plus généralement, de celles provenant de la publicité (qui sont captées par Google et Facebook), une concurrence plus forte pour des audiences plus faibles dans le secteur audiovisuel, la rationalisation de la production de nouvelles redondantes et « *low-cost* », le manque de respect pour le journalisme de qualité (voir l'attitude de Reworld Media – Guy, 2018).

- **Coexistence de l'austérité et de la charité**

La COVID a accentué la crise, menant à une chute des commandes d'articles et de reportages, ainsi qu'à des licenciements massifs dans l'ensemble du secteur médiatique. Elle a également accru le temps que les journalistes passent devant leurs écrans, plutôt que sur le terrain, à enquêter.

Par un décret du 10 septembre 2021 (n° 2021-1175), le gouvernement a établi une « aide sociale exceptionnelle » pour les pigistes ayant vu leurs revenus baisser pendant la pandémie (29,5 millions d'euros en 2020 et 2021). La SCAM a aussi étendu la période pendant laquelle les autoentrepreneurs et les auteurs multimédias pouvaient postuler à des fonds d'urgence (financés par le ministère de la Culture et le CNC). 1 107 pigistes ont fait une demande d'aide, mais seuls 594 en ont décroché une. Le gouvernement a décidé par décret (le 23 décembre 2021, modifiant celui de septembre) de rendre l'attribution de fonds plus flexible. Une autre campagne en ligne (sur le site du ministère de la Culture) devait être lancée en février 2022 pour les pigistes inéligibles lors des échéances précédentes, suivie d'une autre en mai.

- **Sécurité physique**

Aucun journaliste français ne fut tué en 2021. Toutefois, un journaliste, Olivier Dubois (*Libération*, *Le Point*, *Jeune Afrique*) fut kidnappé par des djihadistes au Mali en avril. Nous n'avons pas eu de nouvelles de lui en 2021, à l'exception d'une courte vidéo de 20 secondes.

Sur les réseaux sociaux numériques, la diffusion de désinformations et de critiques de la réponse officielle à la pandémie (obligation vaccinale pour les enfants, mesures de confinement, passe sanitaire obligatoire pour aller travailler et avoir accès à des lieux publics, couvre-feux) a souvent nourri des formes extrêmes de défiance à l'égard des autorités. Dans les Antilles, des manifestations violentes se sont opposées à l'obligation vaccinale, et des journalistes ont été à ces occasions parfois violemment pris à partie – ce fut le cas d'une équipe de BFM TV, d'un photographe de l'AFP et d'un photojournaliste de l'agence Abaca Press, ciblés par des tirs en novembre 2021 à Fort-de-France, en Martinique. Ces violences s'inscrivent dans le contexte de révélations récentes sur le scandale sanitaire du Chlordécone (un dangereux insecticide utilisé dans les bananeraies) qui a impliqué l'État français (celui-ci a banni la substance bien trop tard, en dépit de rapports scientifiques accablants), créant ainsi un terreau fertile pour de telles réactions. Cet exemple confirme que la diffusion et l'efficacité de la désinformation ne sont pas un phénomène spontané – cette dimension contextuelle doit être prise en compte dans les lois et dispositifs mis en œuvre pour les contrer (Badouard, 2017 ; 2020).

Il nous faut ici également mentionner le cas de la journaliste Morgan Large, qui enquête sur les effets de l'agriculture intensive en Bretagne, et a été la cible de formes diverses d'intimidation (coups de fil nocturnes, voiture sabotée, intoxication de son chien, harcèlement en ligne), avec l'approbation plus ou moins tacite d'un syndicat régional d'agriculteurs. La radio locale pour laquelle elle travaille (Radio Kreiz Breizh) fut également ciblée (Reporters sans frontières, 2021a).

- **Violences policières**

La loi de mai 2021 sur la « sécurité globale » et le Schéma national du maintien de l'ordre présenté par le ministre de l'Intérieur devaient tous deux traiter, entre autres, la question de la sécurité des journalistes pendant des meetings politiques récents, ou lors de manifestations – un élément d'autant plus important eu égard au ressentiment anti-médiatique et à la violence ayant eu lieu lors de plusieurs manifestations, par

exemple contre les mesures anti-COVID, dont les participants blâmaient souvent les médias pour leur contribution aux « mensonges officiels ». Trop souvent, selon Emmanuel Poupard (2021), les forces de police expriment de l'hostilité, voir du dédain à l'encontre des journalistes et ne leur permettent pas de bien faire leur travail, qu'ils aient une carte de presse ou non. Il s'agit là d'une menace grave sur la liberté d'informer.

- **Harcèlement de femmes dans des médias audiovisuels**

En 2021, plusieurs scandales ont révélé l'étendue du harcèlement sexiste et sexuel dans des rédactions. Suivant la diffusion d'un documentaire sur la question par la chaîne Canal +, une enquête à Radio France menée par la juriste Sophie Latraverse a obtenu 80 témoignages, exposant ainsi le climat de stress, de violence, de discrimination et de sexisme dans l'audiovisuel public, et menant au déploiement d'un grand plan pour en finir avec de telles pratiques, avec notamment 11 procédures disciplinaires. Une enquête similaire fut initiée à RMC Sports, tandis que de nouvelles accusations ont émergé à l'encontre de différents éditorialistes et présentateurs-stars.

- **Procès-bâillons : l'empire Bolloré et son assaut contre la liberté d'expression**

La France est loin d'être exempte de procès-bâillons (Fontaine & al., 2017 ; Voisard, 2016). Le plus zélé dans de tels abus est l'empire Bolloré, qui a régulièrement recours à ces procès pour faire taire des enquêtes sur ses affaires. Le groupe continue à y recourir en dépit des condamnations pour procédure abusive. Depuis 2008, il a lancé au moins 20 procès en diffamation, en France et ailleurs (notamment en Afrique, via Socfin, sa branche luxembourgeoise), contre des titres de presse, des médias, des ONG, ainsi qu'un livre et des universitaires. Plus de 40 journalistes, avocats, photographes, représentants d'ONG ont été portés en procès par le conglomérat Bolloré. Celui-ci s'est servi de nombreux autres outils pour faire pression sur les médias : le retrait de commandes publicitaires (via son agence Havas) pour *Le Monde* suite à un article sur ses activités en Côte d'Ivoire, la censure d'un documentaire sur Canal +. Dernier cas en date : la Cour d'appel de Versailles a renversé un jugement antérieur qui avait condamné *Mediapart* pour un article prétendument diffamatoire sur les affaires de Bolloré au Cameroun.

D'autres sociétés (Apple, Areva, Veolia, Vinci...) ont également eu recours à ce genre de procédés contre des lanceurs d'alerte, des ONG, des universitaires. La question ayant été prise en compte à l'échelle européenne, avec une nouvelle directive prévue pour la mi-2022, l'on peut s'attendre à des évolutions intéressantes dans un futur proche – à moins que tout ceci ne suive le chemin de la loi Waserman.

- **État d'urgence, restrictions sur les libertés fondamentales – une nouvelle norme ?**

Ces dernières années, le recours répété de l'exécutif français à l'état d'urgence a également suscité des inquiétudes quant au respect de libertés fondamentales (Council of Europe Center for Human Rights, 2019 ; Houry, 2018 ; Office of the United Nations High Commissioner for Human Rights, 2019). Sous prétexte de lutte contre le terrorisme, la liberté d'expression, tout comme celle de circulation, de réunion (mesures dérogatoires telles que la « détention provisoire ») ont souvent été bafouées (Amnesty International, 2021 ; Défenseur des droits, 2021).

De ce point de vue, l'imposition de passes vaccinaux, bien que nécessaires pour limiter la prolifération du virus, peut être considérée comme une étape supplémentaire dans une séquence plus longue de surveillance et de restrictions accrues sur des libertés essentielles (voir par exemple Roman, 2021 ;

Schlegel, 2021). On pourrait soutenir que ce qui est censé demeurer exceptionnel est en train de devenir un état « normal », accepté par la majorité de la population, quel que soit le motif (terrorisme, mouvements sociaux, crises sanitaires et, éventuellement dans un futur plus ou moins proche, des crises militaires, migratoires ou écologiques). Lorsqu'on les considère dans une conjoncture politique plus longue, et qu'on les associe au développement de systèmes de données centralisés, de dispositifs de surveillance et de la gouvernamentalité algorithmique, on peut estimer qu'il y a matière à réflexion.

3.1.4. INDÉPENDANCE ET EFFICACITÉ DE L'AUTORITÉ DES MÉDIAS

Vue d'ensemble

- Évaluation du risque : très « bas » (5 %, en baisse de 3 points)

Récemment, il n'y a pas eu de cas manifestes de pression politique sur le CSA, qui est une autorité publique indépendante, avec un budget propre, des décisions et des procédures de nomination transparentes (lois du 26/07/1983 n° 83-675 ; du 20/09/1986 n° 86-1067 ; du 15/11/2013 n° 2013-1028). Il y a pourtant des raisons de craindre de possibles intrusions à l'avenir, en raison d'une part de l'agenda de la nouvelle Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique (ARCOM) qui aura à traiter de la fusion TF1-M6, et d'autre part du remplacement de la directrice de l'Autorité de la concurrence. La question de l'indépendance future de l'ARCOM devra également être scrutée l'année prochaine, dans la mesure où son budget restera quasi constant malgré la multiplication de ses missions.

Points spécifiques

- **Fusion du CSA et de la HADOPI : création de l'ARCOM**

Suite à la loi du 25 octobre 2021 (n° 2021-1382) « relative à la régulation et à la protection des œuvres culturelles à l'ère numérique » (chap. I & II), le CSA a été fusionné en janvier 2022 avec la HADOPI (l'autorité en charge de la protection des droits d'auteur sur Internet) pour constituer une nouvelle entité, l'ARCOM. Les procédures de nomination n'ont pas été fondamentalement changées – deux modifications notables : l'un de ses 9 membres est désigné par le vice-Président du Conseil d'État, et un autre par la Première présidente de la Cour de cassation. Les compétences de la nouvelle autorité seront étendues pour inclure les questions relatives à la désinformation, à la défense de la création culturelle (encouragement aux offres légales en ligne pour les biens culturels, lutte contre le streaming ou le téléchargement illégaux, la contrefaçon en ligne, les sites miroirs, mesures pour soutenir les œuvres audiovisuelles françaises). L'ARCOM pourra échanger des informations avec l'Autorité de la concurrence dans des dossiers de concentration des médias.

L'activité du CSA croît à un rythme rapide depuis des années (les saisines ont été multipliées par 2,6 entre 2016 et 2019), mais son budget est resté relativement stable (plus ou moins 37,5 millions d'euros entre 2016 et 2020). L'ARCOM aura un budget de 46,6 millions d'euros en 2022, ce qui inclut les 8,3 millions de la HADOPI. La question de l'extension des moyens humains et financiers pour s'occuper de nouvelles questions et assumer de nouvelles compétences n'a pas encore été parfaitement réglée. Le budget de l'ARCOM sera augmenté de 900 000 €, elle intégrera 50 salariés de la HADOPI et aura 6 salariés supplémentaires. Si cela ne suffit pas et si le budget n'est pas augmenté proportionnellement, l'entité pourrait être plus vulnérable face à des pressions budgétaires émanant de son ministère de tutelle (celui de

la Culture). Il est évidemment trop tôt pour déterminer si cela sera effectivement un problème (Wekstein-Steg & Gouazé, 2021).

- **Indépendance : conflit d'intérêts à l'Autorité de la concurrence**

Il n'y a pas eu de cas notables de pression politique sur ces autorités avant octobre 2021, lorsque le mandat quinquennal de la Présidente de l'Autorité de la concurrence, Isabelle da Silva, arriva à son terme. Elle avait exprimé le désir d'effectuer un second mandat, mais il semble que le Président Macron ait souhaité son départ à cause de son opposition probable à la future fusion entre TF1 et M6. En effet, l'exécutif favorise la création d'un géant audiovisuel national, projet également soutenu par le Directeur du CSA, qui considère que la fusion est « naturelle » et « compréhensible », tandis que da Silva avait annoncé que l'Autorité de la concurrence analyserait rigoureusement ses effets sur le marché publicitaire audiovisuel, les deux chaînes concentrant trois quarts de ce marché.

Moins de deux semaines avant la fin de son mandat, la Présidence de la République annonça abruptement qu'il ne serait pas renouvelé – c'est le Président qui nomme le directeur de l'Autorité de la concurrence, suite à des recommandations de commissions compétentes au sein de l'Assemblée nationale et du Sénat. Depuis, le président par intérim est Emmanuel Combe, ancien vice-président de l'Autorité depuis 2012, un économiste libéral spécialisé dans les enjeux de concurrence. Il avait auparavant travaillé avec Nicolas Sarkozy, avant de rejoindre le mouvement politique d'Emmanuel Macron en 2016. Il a été décoré de l'Ordre national du mérite par ce même Emmanuel Macron le 13 octobre 2021 – soit un jour avant d'assumer ses nouvelles fonctions. Il y a dès lors de bonnes raisons de s'inquiéter d'une possible orientation politique sur une institution censément indépendante – du moins pendant cette période d'intérim.

Parmi les personnes susceptibles de remplacer Isabelle da Silva, le nom d'Anne Perrot a commencé à circuler. Professeure d'économie respectée, elle a été vice-présidente du Conseil de la concurrence (l'ancêtre de l'Autorité) entre 2004 et 2012, membre du Conseil d'analyse économique (un organisme pluraliste, rattaché au cabinet du Premier ministre) depuis 2015, et inspectrice générale des finances depuis 2018. Elle fit également partie des soutiens de Macron en 2017. Il y a en l'occurrence une tension possible entre expertise économique indépendante et d'éventuelles dépendances politiques.

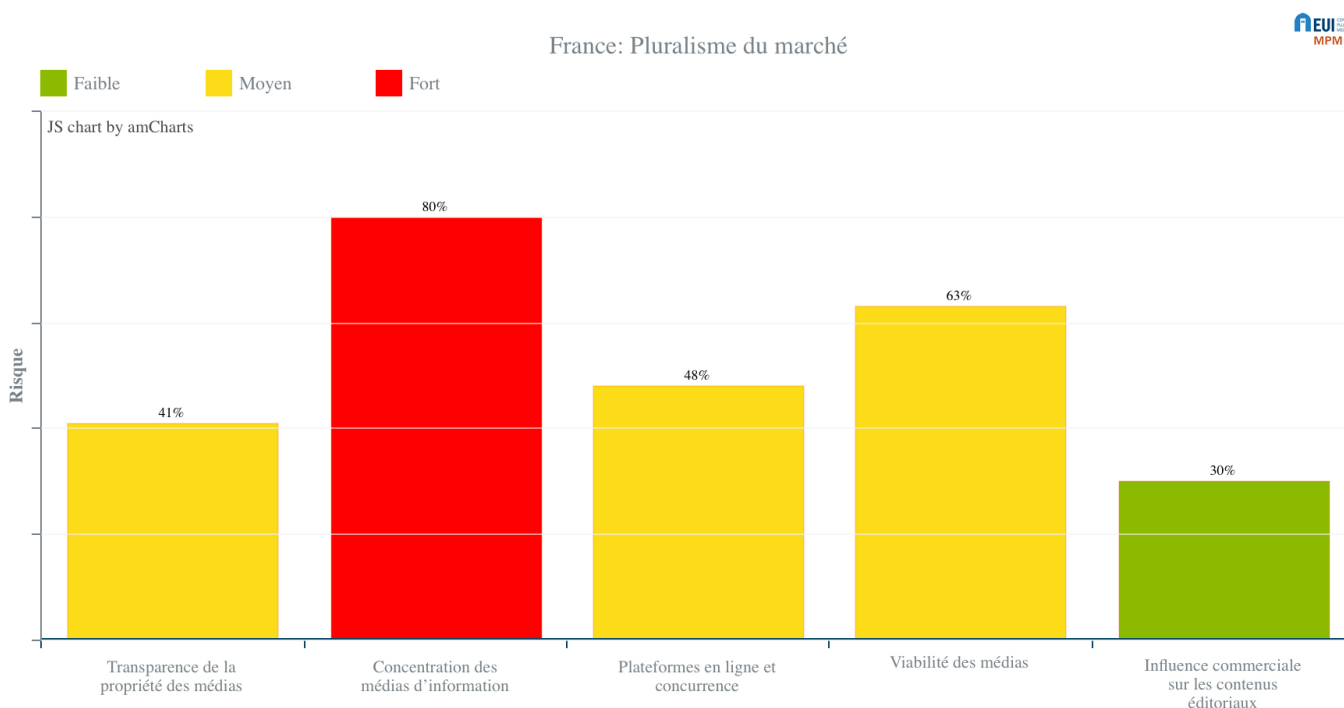
3.1.5. COUVERTURE DES MÉDIAS TRADITIONNELS ET ACCÈS À INTERNET

- Évaluation du risque : « moyen » (49 %, en baisse de 7 points)

La couverture universelle est garantie par la loi (celle du 30/09/1986 ; pour la TNT : du 5/03/2007 n° 2007-309 ; du 14/10/2015 n° 2015-1267). Le principe est réaffirmé dans les cahiers des charges des chaînes et son application surveillée par le CSA. La couverture en TNT s'élève à 97 %. Nous ne disposons pas de données récentes pour la radio.

3.2. Pluralisme du marché (52% - Risque moyen)

L'aire du Pluralisme du marché traite des risques liés au degré de concentration économique et de transparence en matière de propriété des médias, à la pérennité de l'industrie médiatique, aux pressions économiques et commerciales sur les journalistes. Le premier indicateur examine l'existence et l'efficacité des normes en matière de transparence de la propriété des médias. Le degré de concurrence et de pluralisme externe est évalué séparément pour les médias d'information (production de l'information) et pour les plateformes numériques (canaux d'accès à l'information), en prenant en compte la concentration horizontale et conglomérale, celle du marché publicitaire en ligne et le rôle des autorités de concurrence. L'indicateur portant sur la viabilité des médias mesure l'évolution des revenus et de l'emploi dans le secteur, à l'aune de celle du PIB. Le dernier indicateur vise à évaluer l'influence d'intérêts privés sur la production de contenus.



3.2.6. TRANSPARENCE DE LA PROPRIÉTÉ DES MÉDIAS

Vue d'ensemble

- Évaluation du risque : « moyen » (41 %, en hausse de 10 points – sortie de la catégorie risque « faible »)

L'appareil réglementaire français assure un certain degré de transparence en la matière : la connaissance de la propriété des entreprises est semi-publique (accès payant au registre du commerce). Diverses lois (du 1/08/1986 n° 86-897 ; du 20/09/1986 n° 86-1067 ; du 12/06/2009 n° 2009-669 ; du 14/11/2016 n° 2016-1524 ; du 9/12/2016 n° 2016-1691) imposent la publication des noms de tous les propriétaires directs et indirects de médias, garantissant en théorie une grande transparence, particulièrement depuis l'application en France des directives européennes de 2015 et 2018 (n° 2015-849 et 2018-843, respectivement) qui ont pour objectif de à lutter contre le financement du terrorisme international.

Point spécifique

- **Manque de transparence**

Dans leur rapport « Qui possède les médias ? », l'économiste Julia Cagé, le sociologue Olivier Godechot et leurs collègues (2017) avaient au contraire souligné un grand manque de transparence dans les faits, en raison de la complexité des structures actionnariales au sein du secteur médiatique. En 2021, la France ne faisait toujours pas partie du registre Open Ownership, n'a pas signé sa charte, mais suit les réglementations européennes et s'est engagée à devenir un « gouvernement ouvert ».

3.2.7. CONCENTRATION DES MÉDIAS D'INFORMATION

Vue d'ensemble

- Évaluation du risque : il s'agit du seul indicateur avec un risque « fort » (80 %, en hausse de 5 points)

Cette année, plusieurs indices pointent vers un plus grand contrôle oligopolistique des médias d'information. L'ensemble complexe de lois qui imposent différents seuils de concentration (lois du 29/07/1982 n° 82-652 ; du 23/10/1984 n° 84-947 ; du 1/02/1994 n° 94-88 ; du 1/08/2000 n° 2000-719 ; du 17/07/2001 n° 2001-624...) ne suffit pas à limiter le phénomène (Carasco, 2018 ; Kamina, 2016).

Points spécifiques

- **Concentration**

Le travail de Cagé et Godechot, parmi d'autres (Monde diplomatique & Acrimed, 2021), souligne le fort degré de concentration des médias français. Il s'agit là d'une grande menace sur le pluralisme des médias. Comme l'évoque le rapport de l'année dernière, les groupes qui ont investi dans les médias depuis les années 1980 opèrent dans des secteurs économiques qui dépendent fortement de la commande publique (armement), qui sont traditionnellement fortement réglementés (télécommunications, transports), et/ou dans lesquels l'État a des intérêts considérables. Avec le lobbying, le contrôle de médias, dans ce contexte, est un moyen évident d'influence, et l'on connaît bien les liens qui unissent les grands propriétaires de groupes médiatiques à certaines figures politiques de premier plan.

En réalité, bien que la loi du 30 septembre 1986 (n° 86-1067) ait été modifiée des dizaines de fois depuis son application, ses articles traitant de la concentration (38 à 41) l'ont à peine été depuis plus de 30 ans (sauf pour la TNT), et les réglementations anti-concentration concernant la presse écrite n'ont pas pu empêcher la tendance à la concentration oligopolistique.

- **Fusion TF1-M6**

L'une des questions cruciales ayant fait surface en 2021 à ce sujet est la fusion prévue de TF1 et M6 (Sonnac & Eutrope, 2021 ; Cagé in Sénat, 2022b). Si le projet est confirmé, le groupe contrôlerait 10 chaînes de TNT, alors que la limite est de 7 chaînes nationales gratuites. Bouygues acquerrait aussi sa première radio, RTL. L'Autorité de la concurrence demandera très probablement que, si l'opération est validée (par elle et par l'ARCOM), le nouveau groupe contrôlé par Bouygues revende certains de ses médias. Il cèdera alors probablement ses plus petites chaînes, qui représentent 5 à 6 % de son audience globale sur 40 %. Les producteurs audiovisuels indépendants s'inquiètent néanmoins de l'énorme pouvoir de marché potentiel de la nouvelle entité.

Mais la grande question, plutôt que celle des parts d'audience, est celle du marché publicitaire qui sera contrôlé par la nouvelle entité, et la menace qui pèserait ainsi sur le financement de médias concurrents de plus petite taille. En effet, ensemble, les chaînes représentent 70 % de ce marché. Bouygues soutient que les calculs devraient inclure le marché en ligne, pour souligner le poids du duopole Google-Facebook (Perrot & al., 2020) à une plus grande échelle (d'autant plus si l'on considère la croissance du visionnage en ligne).

Avec le phénomène de prime au gagnant [*winner-take-all*] de l'économie numérique (convergence technique et économique, effets de réseau, économies de gamme, etc.), certains considèrent que la concentration tendancielle du marché français est inévitable, si les médias français doivent demeurer souverains et résister à la domination mondiale des GAFAM – un argument qui, bien sûr, est constamment invoqué par les parties intéressées, mais aussi par plusieurs spécialistes du sujet (Sonnac, Éveno, in Sénat, 2022b).

- **Autres cas significatifs de concentration récente**

Le dépeçage de l'empire Lagardère entre Bernard Arnault (LVMH) et Vincent Bolloré (Vivendi) s'est poursuivi en 2021 et s'étendra en 2022, menant à un contrôle dominant du second des deux magnats médiatiques. En février 2021, l'Autorité de la concurrence a validé le rachat du groupe Paris-Turf par la holding NJJ de Xavier Niel, ainsi que le rachat de Prisma Media, auparavant propriété de Gruner + Jahr (Bertelsmann), par Vivendi. En octobre, Reworld Media a acquis Meltysgroup. Mentionnons également que dans le secteur de l'audiovisuel local, le réseau BFM a grandement amélioré sa position.

3.2.8. PLATEFORMES EN LIGNE ET CONCURRENCE

- Se référer au chapitre 4 – section Internet.

3.2.9. VIABILITÉ DES MÉDIAS

Vue d'ensemble

- Évaluation du risque : niveau « moyen » (63 %, en baisse de 7 points – proche de « fort »)

La situation est bien sûr moins difficile qu'à l'acmé de la crise de la COVID. Il y a des contrastes importants (audiovisuel / presse papier, public / privé), notamment en ce qui concerne les revenus publicitaires. De nouveaux modèles et le développement de nouvelles sources de financement, particulièrement pour les médias en ligne, pointent vers des solutions qui peuvent soit assurer plus d'indépendance, soit accroître la rationalisation du secteur.

Points spécifiques

- **Revenus publicitaires**

Les revenus publicitaires de la radio ont légèrement diminué, tandis que ceux de la presse papier ont plongé et ceux de la presse en ligne ont fortement augmenté. Il y a une migration rapide de la publicité vers des formes numériques qui ne profitent évidemment pas à tous les médias. Si nous comparons les chiffres des premiers trimestres de 2021 et 2020, il apparaît que les revenus publicitaires des chaînes de télévision ont fortement augmenté, avec des taux de croissance très importants (TF1 : 131 % ; M6 : 137 % ; C8, CStar, Canal + : 166 %...), tandis que ceux de l'audiovisuel public sont bien plus bas (France 2 : 37 % ; France 3 : 35 % ; France 5 : 18 %) (Kantar & al., 2021 ; CNC, 2021).

- **Modèles de revenus**

Leurs revenus tirés des publicités et des ventes n'ayant cessé de baisser depuis 2007, les médias papier dépendent de plus en plus de stratégies d'intégration (Lyubareva & Rochelandet, 2017), de valorisation (d'où l'importance de la question des droits voisins – Joux, 2020a, 2020b ; Ouakrat, 2020 ; SPIIL, 2019) et de diversification (Guignard, 2019) en ligne, de subventions ou de fonds privés, et certains de modèles d'abonnement antérieurs qui peuvent bénéficier de dégrèvements fiscaux. Le financement participatif n'est pas une source importante de liquidités pour la presse papier et en ligne – il représente moins de revenus que les modèles traditionnels de souscription (Rebillard, 2020).

Les médias en ligne se tournent de plus en plus vers des systèmes d'accès payant, avec des abonnements donnant accès à l'ensemble des contenus – un modèle qui mise sur le désir d'indépendance éditoriale des lecteurs et leur préférence pour une expérience de lecture sans publicités. De telles solutions, parmi d'autres, tendent à attirer un lectorat disposant d'un capital culturel et économique relativement solide, et peuvent accentuer la « dualité sociale » des pratiques médiatiques (Charon, 2015) : du contenu sérieux, issu de l'imprimé, pour les diplômés, et du contenu commercial, audiovisuel, pour les non-diplômés.

De nouveaux types de diffusion en ligne ont vu le jour, par exemple avec les « kiosques » en ligne : Facebook News, (Google) News Showcase ou encore Apple News Plus, le problème étant ici que les GAFAM ont imposé ces accords dans le cadre de ceux passés sur les droits voisins. Les acteurs français ont eux aussi lancé de nouvelles plateformes d'infomédiation : par exemple, SFR a créé SFR Presse en 2016, Bouygues, LeKiosk en 2017 – toutes deux furent remplacées par Cafeyn en 2020, une plateforme associant un troisième opérateur téléphonique, Free. Les éditeurs et journalistes ne sont pas

nécessairement bien rémunérés par ces modèles (Rebillard & Smyrnaio, 2019, 2021 ; Rebillard, 2020 ; Mattelart, 2020).

- **Formes de concentration et synergies**

De nouvelles formes de synergie, de concentration horizontale et de partenariats ont vu le jour ces dernières années : c'est le cas par exemple des couplages publicitaires, qui rendent les médias individuels moins vulnérables face aux grandes agences publicitaires, ou de diffusion de contenus communs dans la presse locale et régionale, à l'instar du Groupe EBRA (Bousquet & Amiel, 2021). Certains ont trouvé de nouvelles manières de diversifier leur offre en ligne afin de profiter d'effets de réseau et de stratégies de *lock-in*, par exemple à l'aide de formes de concentration concentrique autour de marques fortes et des portails – c'est le cas par exemple du *Figaro* (Joux, 2017 ; Rouquette, 2017), du *Monde*, de nombreux titres régionaux et de groupes audiovisuels (Lafon, 2021), car la consommation de programmes d'information devient plus hybride, avec la consultation de nombreux contenus en ligne (Guibert & al., 2016 ; Le Diberder, 2019 ; Dejean & al., 2021, 2022).

- **Le rôle des données : vers de nouvelles formes d'investigation et de standardisation**

De nouveaux types de journalismes ont essaimé, tels que celui « de solutions » ou le « journalisme constructif ». Du côté de l'investigation, de nouveaux médias indépendants (Disclose, Forbidden Stories) et de nouvelles formes d'analyse, telle que le « data journalisme », ont également vu le jour. Ces dernières années, cette forme a suscité des projets originaux, avec des enquêtes sur les violences contre les femmes, ou les violences policières pendant le mouvement des Gilets jaunes.

Il y a un revers à cette « datafication » des environnements médiatiques. Au-delà des problèmes de « gouvernementalité algorithmique » dans les médias (Sebbah & al., 2020) et les réseaux sociaux (Badouard, 2021a), il faut souligner l'influence croissante de ces processus sur la production d'information (Joux & Bassoni, 2018) : citons le remplacement de journalistes par des algorithmes et des robots afin de traiter les données et les mettre en forme (Raynaud & Didier, 2019), comme ce fut le cas avec *Le Monde* lors des dernières élections municipales. De nombreux *pure players* (Melly, Kobini) ont systématiquement recours aux algorithmes.

3.2.10. INFLUENCE COMMERCIALE SUR LES CONTENUS ÉDITORIAUX

Vue d'ensemble

- Évaluation du risque : « faible » (30 %, en baisse de 20 points – proche de « moyen »)

Les réglementations françaises distinguent clairement le journalisme de la publicité et de la communication (art. L-7111-4 du Code du travail). L'art. 1 de la loi d'août 1986 distingue les « publications de presse » des outils de promotion, et l'art. 10 (ainsi que les art. L-121-15-1 et 2 du Code de la consommation) impose que la nature commerciale des contenus publicitaires soit clairement identifiée comme telle. Il est également interdit pour toute société éditrice de recevoir (ou de se voir promettre) de l'argent ou de profiter de tout autre avantage pour avoir faussement présenté de la publicité financière comme de l'information. Bien qu'il y ait de nombreux exemples d'influence des propriétaires de médias sur les rédactions et les contenus, on

compte plusieurs initiatives originales promouvant l'indépendance, ce qui explique l'amélioration du score – nous les étudions dans la section consacrée à l'Internet.

Points spécifiques

- **Externalisation et rationalisation de la production de contenus**

On dénombre de plus en plus de cas de titres (papier et en ligne) ayant radicalement transformé leur identité journalistique et éthique suite à un changement de propriétaire, et l'ayant fait afin de se débarrasser de journalistes professionnels en CDI, pour les remplacer par une main-d'œuvre bien plus malléable. Les nouveaux conglomérats médiatiques sont ravis de voir d'anciens journalistes recourir à la clause de conscience (art. L-7112-5 du Code du travail) et sont tout à fait prêts à leur verser des indemnités, car cela leur permet de radicalement transformer les médias qu'ils acquièrent et de rationaliser les coûts. Par exemple, Reworld Media externalise de nombreuses fonctions (le phénomène gagne en ampleur dans l'ensemble du secteur – Berthaut, 2021), recourant à une société à Madagascar qui paye ses salariés 11 à 15 € par jour, rationalise et discipline la production de contenus grâce à des journalistes au statut d'autoentrepreneur ou à des stagiaires. La société travaille sans rédacteurs en chef, leur préférant des « *brand managers* ». Un grand nombre de journalistes ont invoqué la clause de conscience lorsque Reworld Media a acquis Mondadori France en 2020. La même séquence eut lieu en 2021 avec l'absorption des magazines *Rustica* et *Système D*.

- **La contamination du journalisme par la publicité**

Certains pans du champ médiatique (ou de médias spécifiques) ont significativement brouillé la frontière entre journalisme et communication commerciale (« journalisme de communication »). Des formules telles que les contenus sponsorisés, le « *brand content* », le « *content commerce* » illustrent cette tendance. Plusieurs grands groupes médiatiques investissent massivement dans ces solutions de marketing. Ce type de contenus suit les tendances du commerce en ligne, et de nombreux médias ont développé des formats « *content-to-commerce* ». D'autres misent sur la concentration verticale et investissent dans la production de nouveaux formats, dont la publicité, les vidéos, les podcasts, les séries documentaires – c'est le cas du Creative Studio de Condé Nast, de 14Hausman du *Figaro*, de Studio Next (Next Media Solutions / Altice).

- **Biens communs et entreprise de presse à but non lucratif**

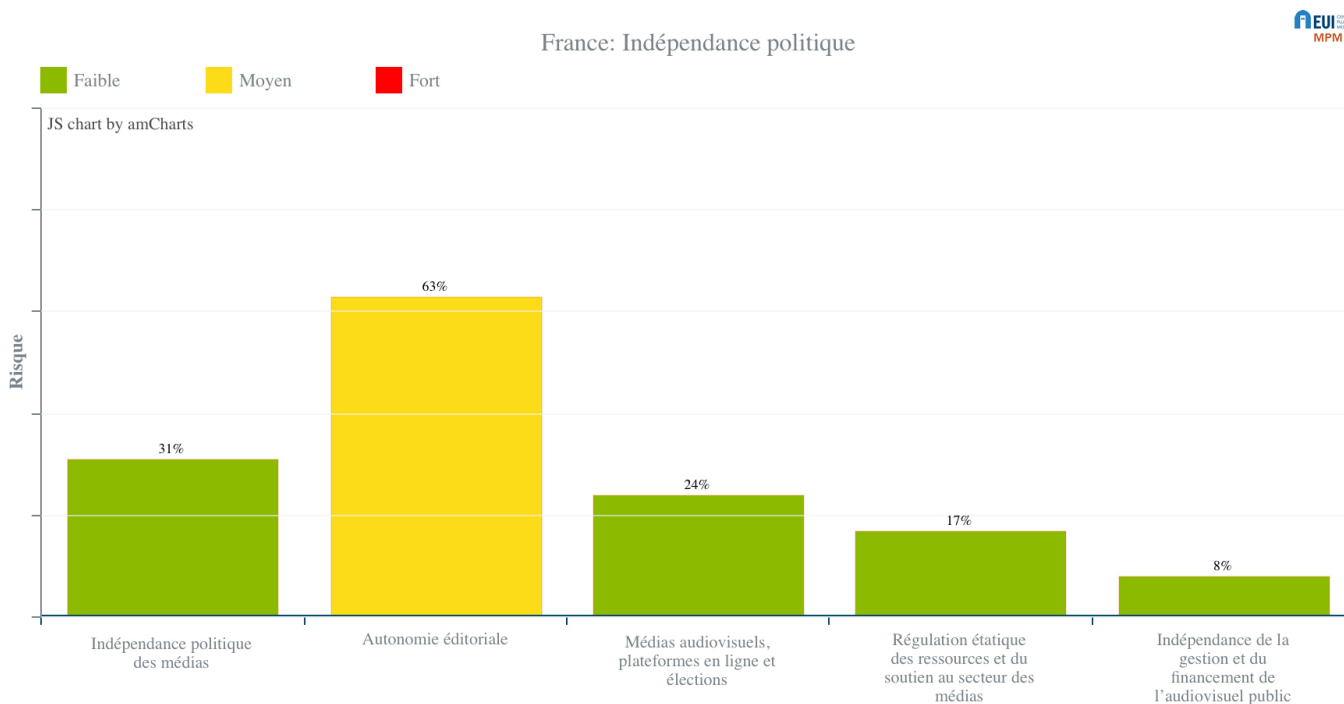
Comme mentionné dans le rapport de l'année dernière, afin de contrecarrer les pressions politiques et économiques qui pèsent sur des médias du fait de leur dépendance vis-à-vis de financements publics ou de capitaux privés, des auteurs tels que Pierre Rimbart (*Le Monde diplomatique*) et Patrick Champagne (2016) défendent un modèle de « service mutualisé d'infrastructures de production et de distribution de l'information » (impression, diffusion, distribution, stockage, services administratifs, comptables et légaux), qui servirait l'ensemble des journaux (papier et en ligne) œuvrant à l'intérêt général, le tout organisé par les membres et financé par les abonnements et une cotisation sociale, sur le modèle de la Sécurité sociale ou bien des caisses de retraite.

Avec des objectifs similaires, mais une approche très différente, Julia Cagé et Benoît Huet (2021) considèrent qu'il faut soutenir le pluralisme non seulement des médias, mais aussi de l'actionnariat. Ils ont proposé le statut d'« entreprise de presse à but non lucratif », qui permettrait aux médias de récolter

suffisamment de fonds pour être viables financièrement (via l'implication des lecteurs, le crowdfunding, le petit actionariat, des incitations fiscales), tout en garantissant un rôle aux journalistes et aux lecteurs dans les processus de décision internes.

3.3. Indépendance politique (29% - Risque faible)

Les indicateurs ayant trait à l'Indépendance politique jaugent l'efficacité des réglementations et autorégulations visant à contrecarrer l'intervention du politique dans la production, la diffusion et l'accès à l'information. Plus précisément, cette aire vise à déterminer l'influence de l'État et du pouvoir politique sur le fonctionnement du marché médiatique et du secteur public, ainsi que l'existence de garde-fous assurant l'indépendance éditoriale et le pluralisme politique, notamment en période électorale.



3.3.11. INDÉPENDANCE POLITIQUE DES MÉDIAS

Vue d'ensemble

- Évaluation du risque : « faible » (30 %, en hausse de 2 points – proche de « moyen »)

Au sein du secteur audiovisuel, l'indépendance des médias est régulée par le CSA (loi du 30/09/1986 n° 86-1067). La plupart des chartes éthiques des médias mettent l'accent sur l'honnêteté, l'impartialité, la liberté de pensée et d'expression, dénoncent la censure et défendent leur indépendance vis-à-vis des forces politiques. Toutefois, l'influence politique en France est plus indirecte que directe. Ce sont les liens entre partis, personnalités politiques, idéologies et magnats des médias qui expliquent les situations d'influence politique (Comby & Ferron, 2018 ; Lévrier, 2019), plus que le contrôle politique direct, qui est de moins en moins fréquent.

Points spécifiques

- **L'expansion de l'empire Bolloré : un Fox News à la française**

Le contrôle que Bolloré a acquis sur un segment important de l'environnement médiatique – un phénomène qui a continué de croître en 2021 –, ainsi que l'orientation qu'il a donnée aux médias qu'il possède, reconfigurant les rédactions et redéfinissant les contenus, est un exemple de ce type de contrôle politique indirect. Ses médias audiovisuels ont clairement soutenu l'extrême droite dans les mois précédant l'élection présidentielle. La censure et l'intimidation ont continué de régner à Canal + : par exemple, fin 2020, Sébastien Thoen a été licencié pour un sketch satirique sur CNews ; il fut suivi par Stéphane Guy, renvoyé pour l'avoir soutenu.

À Europe 1, pendant l'été, un nombre important de journalistes et de salariés ont décidé de démissionner, s'en remettant à la clause de conscience, obtenue après une grève de cinq jours (la chaîne a en effet le statut d'agence de presse, et les journalistes ne pouvaient donc pas bénéficier de ce droit). Il y a eu de nombreux cas manifestes de « répression » de toute dissension : l'imitateur Nicolas Canteloup, qui travaillait pour Europe 1 depuis 16 ans, et qui s'était montré critique de Bolloré, fut licencié avant la fin de son contrat en 2022 – une séquence similaire aux méthodes à l'œuvre auparavant à Canal +. Une blague sur Éric Zemmour par l'humoriste Christine Berrou fut censurée – elle décida de démissionner. De nombreux journalistes ont publiquement pris Bolloré et ses techniques de management à partie (Reporters sans frontières, 2021b ; Cagé, 2022).

La plupart furent remplacés par de nouvelles figures ou des journalistes d'opinion proches de la droite, venant de CNews, l'une des chaînes phares du groupe Bolloré. Certains de leurs programmes furent adaptés pour être diffusés simultanément sur Europe 1, engendrant ainsi une triple réduction du pluralisme : dans les programmes, les types de contenus (le journalisme d'opinion remplaçant l'expertise et l'investigation) et parmi les journalistes. En s'emparant de la branche presse de l'empire Lagardère, Bolloré renvoya Hervé Gattegno, le directeur du *JDD* et de *Paris-Match* (et critique de Zemmour) pour le remplacer par deux de ses hommes liges, Patrick Mahé et Jérôme Bellay. Gattegno, qui n'est pas tendre avec l'extrême droite, était par ailleurs impliqué dans le dernier épisode du scandale libyen impliquant Takieddine et Sarkozy, ce qui avait d'autant plus affaibli sa position.

- **Bernard Arnault**

Bernard Arnault est un autre agent important de ces tendances à la concentration au sein de la presse. LVMH a une très forte présence dans le secteur des médias, via son groupe Les Échos-Le Parisien. Grand soutien du Président Macron, qui aimerait limiter le développement de l'empire Bolloré, pour des raisons idéologiques, il a échoué à s'opposer à la reprise par ce dernier de l'empire médiatique Lagardère.

- **Derniers développements du scandale Sarkozy-Kadhafi**

Un autre scandale en cours a des ramifications en France, au Liban et en Libye. Ziad Takieddine, l'intermédiaire libanais condamné en 2020 dans l'affaire Karachi, est également impliqué dans le scandale du possible financement de la campagne présidentielle de Sarkozy en 2007. En 2016, il avait confirmé à la presse et aux juges avoir remis à l'entourage de Sarkozy des valises d'argent libyen. En novembre 2020, Michèle « Mimi » Marchand, qui est à la tête de l'agence Bestimage, et est amie du couple Sarkozy-Bruni ainsi que des Macron (elle fut en charge de l'image de ces derniers pendant la campagne de 2016-17),

organisa une interview avec Takieddine avec des journalistes et en présence d'un photographe de l'agence Bestimage (Sébastien Valiela). Pendant l'entretien, Takieddine revint sur ce qu'il avait dit à la presse et aux juges, prétendant qu'il n'avait jamais remis de valises à destination de Sarkozy, et que les juges avaient déformé ses propos. Les organisateurs de l'entretien le poussèrent également à rédiger une confession devant des procureurs libanais, afin d'influencer la procédure judiciaire. Cette « rétractation » fut mise en scène dans *Paris-Match* ainsi qu'à l'occasion d'une interview de 32 secondes pour BFM TV, en novembre 2020. Marchand, parmi d'autres, est désormais accusée de conspiration et de subornation de témoins. Les liens de cette nouvelle affaire avec des hommes de main de Sarkozy ont été exposés par plusieurs médias.

3.3.12. AUTONOMIE ÉDITORIALE

Vue d'ensemble

- Évaluation du risque : « moyen » (63 %, en hausse de 9 points – proche de « fort »)

Il n'existe pas de règles communes concernant la nomination de rédacteurs en chef ni d'éléments légaux concernant les médias privés, en dépit de l'importance des sociétés de journalistes, de l'existence de chartes éthiques et de la veille publique sur ces procédures. La brutalité avec laquelle les médias acquis en 2021 par Vincent Bolloré furent rappelés à l'ordre explique l'augmentation du risque.

Point spécifique

- **Pressions de l'État et pressions à l'échelle locale**

L'État exerce diverses formes de pression sur les journalistes, lorsque ceux-ci creusent trop certaines affaires, comme nous l'avons souligné l'année dernière (affaire Benalla, ventes d'armes à l'Arabie saoudite). Il y a eu des cas récents de pression policière sur des journalistes : par exemple, Alexandre Reza Kokabi de *Reporterre* fut condamné pour des motifs qu'il conteste après avoir couvert une manifestation. À l'échelle locale, il peut être très difficile pour de petits médias (écrits ou en ligne) d'affronter les pressions politiques, étant donnée « la moindre segmentation des rôles entre lecteurs, sources, protagonistes de l'actualité, annonceurs et /ou investisseurs » qui « brouille la ligne de partage entre le domaine du domestique et du public et limite la possibilité de produire de "l'intranquillité" pour les élites dirigeantes. » (Kaciaf, 2020)

3.3.13. MÉDIAS AUDIOVISUELS, PLATEFORMES EN LIGNE ET ÉLECTIONS

Vue d'ensemble

- Évaluation du risque : « faible » (24 %, en hausse de 10 points)

L'appareil réglementaire français (Code électoral, lois du 30/09/1986 n° 86-1067 ; du 14/04/2011 n° 2011-412 ; du 25/04/2016 n° 2016-506) garantit un traitement équitable de l'ensemble des forces politiques pendant les campagnes électorales dans l'ensemble des médias audiovisuels, privés ou publics. À cet égard, la croissance de l'empire Bolloré, son soutien au candidat non encore déclaré Éric Zemmour, le développement du journalisme d'opinion constituent de nouvelles menaces.

Points spécifiques

- **Élections**

La première phase de la campagne officielle pour l'élection présidentielle de 2022 ne commença qu'en janvier 2022. Les rapports sur les élections régionales de juin 2021 n'ont pas encore été publiés ; toutefois, LCI et CNews furent rappelés à l'ordre par le CSA pour avoir artificiellement équilibré les temps de paroles politiques en diffusant les discours de membres de certaines forces (LREM, EELV, LFI) tard la nuit. Ces pratiques seront proscrites pour les futures élections suite à une recommandation du CSA du 6 octobre 2021 (n° 2021-03).

- **La montée du journalisme d'opinion**

La campagne présidentielle est en cours. Le CSA, tout en défendant la liberté d'expression de tous les médias, a analysé certaines tendances récentes dans l'audiovisuel privé et souligné le fort développement du journalisme d'opinion. Le principe constitutionnel du pluralisme doit être respecté, et sert ainsi de cadre pour les médias d'opinion. Ceci explique la décision du CSA, à la fin de l'année, de prendre en compte le temps de parole de ceux qui, dans les médias, soutiennent explicitement un candidat. La même règle s'est appliquée pour les contenus consacrés à un seul candidat et considérés comme ne lui étant pas « défavorables ». Ceci signifie que les chaînes d'opinion ne peuvent pas se contenter de se concentrer sur leurs favoris sans que cela affecte le calcul de leurs temps de parole.

- **Le cas Éric Zemmour**

Avant d'annoncer sa candidature le 30 novembre 2021, le journaliste Éric Zemmour a bénéficié d'une couverture médiatique impressionnante, en tant qu'éditorialiste pour *Le Figaro* et sur CNews. La tournée pour la sortie de son livre pendant l'automne, dans les médias et partout en France, avait déjà toutes les caractéristiques d'une campagne présidentielle. L'ambiguïté de cette situation a mené le CSA à imposer, à partir du 9 septembre, que chacune de ses apparitions dans les médias audiovisuels fût prise en compte comme s'il était déjà officiellement dans la course. Cela l'a poussé à quitter ses postes dans les différents médias où il officiait et à se consacrer à la promotion de son ouvrage – une autre forme de précampagne. Le journaliste sembla en réalité profiter de la décision, car dans les semaines qui suivirent, celle-ci fut au cœur de l'actualité politique et il la requalifia facilement en acte de « censure » politique.

L'ensemble de la machine médiatique Bolloré accompagne les thèmes développés par Zemmour (Sécaïl, 2022) – principalement la question de l'immigration. Des slogans infondés tels que « le grand remplacement » ou encore des conceptions révisionnistes de l'affaire Dreyfus ou du rôle joué par le Maréchal Pétain dans la déportation de Juifs pendant la Seconde Guerre mondiale (Noiriel, 2019 ; Joly, 2022) ont infusé le champ politique. Le modèle ici est clairement celui de Donald Trump – Zemmour l'a revendiqué comme source d'inspiration – et de Fox News.

Inversement, l'audiovisuel public est de plus en plus fréquemment et violemment attaqué par différents journalistes et émissions de chaînes privées comme autant de repères du « wokisme », sous prétexte qu'ils ne se plieraient pas à l'agenda d'extrême droite qui domine le paysage.

3.3.14. RÉGULATION ÉTATIQUE DES RESSOURCES ET DU SOUTIEN AU SECTEUR DES MÉDIAS

Vue d'ensemble

- Évaluation du risque : « faible » (17 %, en hausse de 13 points)

La loi de septembre 1986 contient des règles équitables et transparentes quant à l'allocation de fréquences, sous la houlette du CSA et de l'ARCEP. Les règles concernant la distribution d'aides directes (décret n° 2012-484 du 13/04/2012) sont elles aussi transparentes et supervisées par la Commission paritaire des publications et agences de presse (CPPAP). En 2021, de nombreuses critiques furent néanmoins émises à propos de la répartition des subventions, et il y eut des cas d'abus, menant à une ébauche de nouvelle réglementation.

Points spécifiques

- **Répartition des subventions**

Ces dernières années, la répartition des aides publiques, qu'elles soient directes ou indirectes, est devenue plus transparente et équitable, sous la pression de nouveaux acteurs, tels que le SPIIL, qui demande que les subventions soient équitablement réparties dans l'ensemble du champ médiatique, afin que toutes les familles de presse (et notamment la presse en ligne) soient prises en compte. Un décret du 15 décembre 2021 (n° 2021-1666) a institué une « aide au pluralisme des services de presse tout en ligne d'information politique et générale ».

- **Abus et révision des règles**

Certains groupes médiatiques peuvent abuser du système de soutien. Suivant un scandale impliquant les pratiques de Reworld Media (voir le rapport de l'année dernière), la ministre de la Culture Roselyne Bachelot décida en décembre 2020 la création d'une commission devant établir des règles plus strictes pour l'attribution d'aides directes ou indirectes. Le rapport de la commission insistait sur l'obligation faite aux médias, pour pouvoir prétendre aux aides et aux mécanismes de soutien (TVA réduite, frais postaux réduits), d'employer un nombre minimal de journalistes professionnels (conformément à l'art. L-7111-3 du Code du travail) et de produire du contenu journalistique original et crédible, produit par des professionnels reconnus. Un décret du 21 décembre (n° 2021-1746) confirma les changements (TVA réduite, exonérations

postales). Mais le problème ne fut pas pour autant résolu : *FranceSoir*, qui était l'une des principales cibles de la procédure, parvint finalement à demeurer éligible grâce à des modifications purement formelles de sa structure salariale. D'autres problèmes persistent : la concentration de subventions entre les mains de conglomérats et le paiement de subventions à des médias qui externalisent leur production.

3.3.15. INDÉPENDANCE DE LA GESTION ET DU FINANCEMENT DE L'AUDIOVISUEL PUBLIC

Vue d'ensemble

- Évaluation du risque : « faible » (8 %, en baisse de 17 points)

Les procédures de nomination des fonctions de direction dans l'audiovisuel public sont transparentes et réparties de façon équilibrée entre différents pouvoirs. Quelques cas d'interférence et d'influence politiques dans les processus ont pu exister, mais pas ces deux dernières années. Le financement de l'audiovisuel public est transparent et public ; les chaînes de télévision et de radio signent des « contrats de performance » qui conditionnent le financement public à des engagements en matière de contenu et de développement stratégique (lois de septembre 1986 ; du 15/11/2013 n° 2013-1028).

Points spécifiques

- **Nominations**

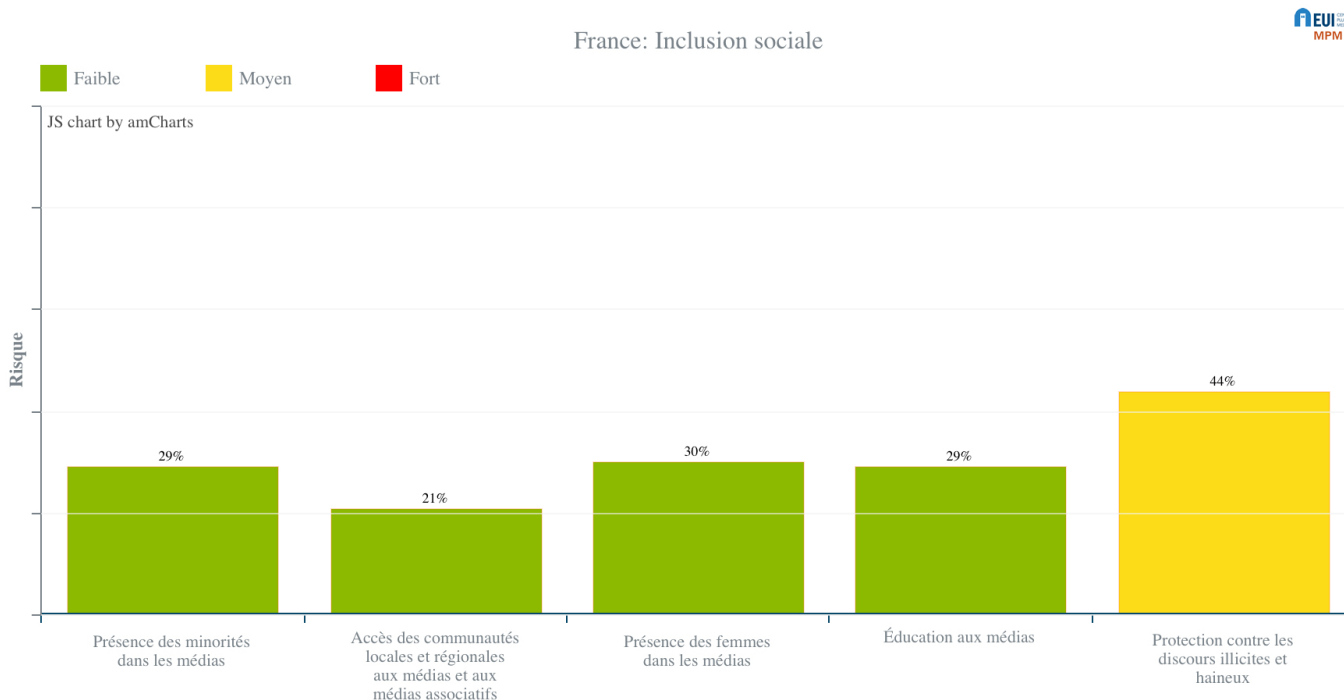
Il n'y a pas eu de cas litigieux évoquant la moindre interférence politique dans les procédures de nomination des dirigeants de l'audiovisuel public. Il y eut cependant une polémique en mars 2021, lors de la nomination de Cyril Graziani, un proche de Macron, à la tête du service politique de France Télévisions.

- **Financement de l'audiovisuel : critiques et changements à venir**

Une nouvelle loi relative à « la communication audiovisuelle et la souveraineté culturelle à l'ère numérique » est en cours d'examen, qui s'attèlera à la question du financement (obsolète) de l'audiovisuel public (contribution associée à la taxe d'habitation vouée à disparaître, migration des publics en ligne) et adaptera la loi française à la directive européenne « des services de médias audiovisuels » (« SMA », n° 2018/1808), modifiant en profondeur la loi de septembre 1986. Elle n'a pas encore été débattue à l'Assemblée nationale. Ces discussions ont cours dans un contexte de multiplication des mesures d'austérité. Tels qu'ils apparaissent dans les contrats de performance, les principes actuels favorisent les coupes (une économie de 190 M€ pour l'ensemble de l'audiovisuel public entre 2018 et 2022, partiellement camouflée par les fonds d'urgence en réponse à la crise de la COVID), qui sont censées être compensées par la fermeture de France Ô, de nouvelles sources de financement (sponsoring, publicité, etc.), des gains de productivité et surtout des « efforts structurels », c'est-à-dire des plans de licenciements (moins 937 ETP depuis 2015 à France Télévisions, moins 911 à Radio France). Le budget de France Télévisions a atteint l'équilibre en 2021, et il devrait en aller de même en 2022, grâce à ces mesures drastiques, qui ont déclenché plusieurs grèves. Enfin, le développement de nouveaux formats notamment à la radio (podcasts, vidéos) pour attirer des recettes publicitaires en ligne ne s'accompagne pas de la création de postes de techniciens dédiés pour mener cette stratégie, augmentant la pression sur les employés.

3.4. Inclusion sociale (31% - Risque faible)

L'aire concernant l'Inclusion sociale se concentre sur l'accès aux médias de certains groupes de la société : les minorités, les communautés locales et régionales, les femmes et les personnes souffrant de handicaps. On y examine également les dispositifs nationaux d'éducation aux médias et à l'information, y compris en matière numérique. Enfin, cette aire inclut également les nouveaux défis que représentent l'usage des technologies numériques pour lutter contre les discours de haine.



3.4.16. PRÉSENCE DES MINORITÉS DANS LES MÉDIAS

Vue d'ensemble

- Évaluation du risque : « faible » (29 %, en baisse de 17 points – proche de « moyen »)

Les lois (n° 86-1067 du 30/09/1986 ; n° 2017-86 du 27/01/2017) comme les chartes et cahiers des charges de l'audiovisuel public insistent sur la nécessité de représenter et de promouvoir la « diversité de la société française », des efforts qui sont jaugés par le CSA (Rebillard & Loicq, 2013). Le contexte culturel français est marqué par un fort attachement à une République censément aveugle à la couleur de peau attachée à l'universalisme et à la laïcité, ainsi que par une relation malaisée de la France à son immigration postcoloniale. Avec la progression des discours d'extrême droite à l'approche de l'élection présidentielle, les polémiques autour de l'Islam, de la « race » et de l'antiracisme prétendument « woke » se sont intensifiées. Toujours est-il que d'après plusieurs rapports et experts, des progrès ont été réalisés, notamment en ce qui concerne l'accès des personnes handicapées aux médias.

Points spécifiques

- **Efforts accomplis dans l'audiovisuel public**

Radio France mesure la progression de la diversité et sa perception publique depuis 2015. En janvier 2021, Radio France a lancé son programme « Égalité 360° », une série d'engagements pour encourager toutes les formes de diversité (sociale, de genre, ethnique, géographique, etc.) sur ses chaînes ainsi qu'au sein de ses équipes et de ses activités régulières. Ce programme réunit l'ancien comité consultatif « pour la diversité et l'égalité » (rebaptisé « Comité Égalité 360° »), la Délégation à l'égalité des chances et à la lutte contre les discriminations de Radio France, des syndicats et un réseau d'une centaine de salariés. Il propose 60 mesures pour plus de diversité tant dans ses équipes que dans ses contenus, une augmentation du nombre de programmes consacrés à la lutte contre les préjugés.

France Télévisions dispose également d'une charte pour la promotion de la diversité, dans ses équipes (à l'aide de partenariats avec des écoles de journalisme, par exemple) ainsi que dans ses productions ; le groupe a signé un « Pacte pour la visibilité des outre-mer », a inclus une clause de diversité dans ses contrats avec des producteurs extérieurs et créé un annuaire pour promouvoir des acteurs et des présentateurs issus de la diversité.

- **La représentation de la diversité dans les médias**

Le rapport 2020 du CSA sur ces questions fut intégré au rapport de l'European Broadcasting Union sur la « diversité et les médias de service public ». Ce rapport, qui fut publié en juin 2021, utilisait 7 critères pour estimer la diversité dans les médias audiovisuels (origine perçue, sexe, CSP, handicap, âge, sécurité de l'emploi, lieu de résidence). D'un côté, il souligne qu'il y a eu une « amélioration relative de la représentation des personnes perçues comme "non-blanches" à la télévision en 2020 », notamment dans les programmes français. De l'autre, il révèle que, tandis qu'en 2019, il y avait eu une chute considérable de la représentation de personnes perçues comme « non-blanches » dans des activités marginales ou illégales (36 %), le poids de ce stéréotype est remonté de 7 points en 2020, ce qui signifie qu'en dépit des progrès, les représentations négatives demeurent significatives.

- **La représentation du handicap**

Une décision du 21 décembre 2020, qui transpose la dernière version de la directive européenne SMA, impose des objectifs ambitieux pour l'accès de programmes de VOD, tout en renforçant l'autorité du CSA et en imposant des obligations aux fournisseurs de services. En octobre 2021, le Conseil national consultatif des personnes handicapées (CNCPH) a lancé une campagne nationale intitulée « Voyons les personnes avant le handicap » afin de promouvoir des représentations positives dans l'espace public – y compris les médias.

Il y a eu des progrès en 2021 : malgré les faibles niveaux de représentation, il y a une volonté de la part des autorités de prendre ces questions au sérieux, et une réelle amélioration des contenus audiovisuels en la matière, avec plus d'émissions traitant du handicap de façon variée. Le handicap n'est plus exclusivement présenté à partir de la dichotomie misérabilisme (Téléthon) / héroïsme (Jeux paralympiques).

Toutefois, d'après le baromètre 2020 du CSA sur la représentation de la société française dans les médias audiovisuels, la « représentation du handicap reste très marginale » : seules 0,6 % des personnes représentées à l'écran peuvent être identifiées comme handicapées – quand 12 millions de personnes

souffrent d'une forme ou d'une autre de handicap –, avec de forts contrastes selon les types de handicaps, et selon les émissions diffusées. Le handicap est pour l'essentiel visible dans les fictions (69 % des personnes perçues comme telles apparaissent dans des fictions ; 44 % comme personnages principaux ou « héros »). Dans les autres programmes, les personnes handicapées sont perçues dans 12 % des magazines et documentaires, 10 % des émissions d'information, 7 % des émissions de divertissement, mais seulement 1 % de sport (CSA, 2021).

- **Diversité des équipes**

Certains groupes médiatiques privés ont fait des efforts, du moins pour promouvoir leurs actions en faveur de la diversité de l'emploi. Par exemple, la Fondation TF1 a mis en place des mécanismes pour promouvoir de jeunes salariés venant d'une variété d'origines et de situations. Elle publie tous les ans un rapport sur les différentes « promotions » qu'elle a intégrées. De telles initiatives peuvent avoir des effets positifs. Il y a également eu des initiatives récentes promouvant l'intégration de personnes handicapées dans les équipes de médias (« Duo day » du 19 novembre). Les médias sont associés à l'initiative, qui semble avoir eu des effets positifs (10 % des participants ont décroché un contrat). Le paradoxe est que la presse écrite est à la fois le secteur où la persistance de la ségrégation est la plus souvent mentionnée et où la diversité concrète est la plus faible.

- **Sous-titrage et audiodescription**

Un sondage publié par la Fondation Jaurès et l'ONG Média'Pi! (2021) souligne que 22 % des sourds, malentendants et signants ont éprouvé une forme de discrimination dans l'accès aux médias ; 58 % considèrent que les médias ont consenti des efforts supplémentaires pour rendre leurs contenus plus accessibles. La qualité du sous-titrage est jugée suffisante pour regarder des films (86 % acquiescent), mais bien moins pour suivre les informations (53 %), et encore moins pour les débats politiques (31 %), un problème évidemment d'autant plus important pendant les cycles électoraux. D'après le baromètre 2020 du CSA, 6 chaînes ont amélioré leur offre de programmes sous-titrés, parmi lesquelles on compte 3 chaînes publiques (France 2, 3 et 4). Le recours à la langue des signes a progressé sur l'ensemble des chaînes d'information en continu. 5 chaînes supplémentaires ont déclaré avoir diffusé des programmes en audiodescription ; 7 chaînes privées ont renforcé leur offre en la matière.

3.4.17. ACCÈS DES COMMUNAUTÉS LOCALES ET RÉGIONALES AUX MÉDIAS ET AUX MÉDIAS ASSOCIATIFS

Vue d'ensemble

- Évaluation du risque : « faible » (21 %, en hausse de 9 points)

La loi française (du 13/12/1985 n° 85-1317 ; du 30/9/1986 ; du 1/08/2000 n° 2000-719 ; du 9/07/2004 n° 2004-669 ; du 15/11/2013 n° 2013-1028) reconnaît l'importance des chaînes de télévision locales. Le Fonds de soutien à l'expression radiophonique locale (FSER) garantit le pluralisme et soutient les radios locales et associatives, mais il n'existe pas d'équivalent pour les télévisions, qui auraient besoin de fonds bien plus importants, alors que la concentration se renforce également à cette échelle.

Points spécifiques

- **Financement des chaînes de télévision locales**

Dans son rapport 2020, le CSA soulignait le fait que 22 chaînes sur 36 déclarent dépendre majoritairement du soutien public (venant essentiellement des collectivités locales) pour leur financement. En France métropolitaine, la proportion de ressources privées s'élève à 57 %. L'alternative est l'augmentation des ressources publicitaires. À cet effet, un décret du 5 août 2020 (n° 2020-983) permet aux chaînes locales de proposer des publicités locales et ciblées, revenant ainsi sur une interdiction inscrite dans la loi de septembre 1986.

- **L'échec récent des réseaux de télévision locale et les nouvelles formes de concentration concentrique**

Les chaînes locales ont sévèrement souffert de la crise de la COVID. Un fonds exceptionnel de 30 M€ fut créé en avril 2021 pour aider tant les chaînes de télévision que de radio locales.

Depuis 2017, plusieurs initiatives ont créé de nouveaux réseaux de télévisions locales, tels que Vià (lancé par Bruno Ledoux, un financier et actionnaire de nombreux titres de presse), censé concurrencer France 3 Régions (Joux, 2021). Toutefois, la chute des recettes publicitaires a compromis le projet. Altice a abandonné le partenariat prévu par le truchement de BFM TV en décembre 2020, après deux années de négociations, et Vià fut liquidée en février 2021. Les autres groupes audiovisuels ou médiatiques ont profité de ces péripéties pour développer des synergies et investir dans le marché audiovisuel local. En mars 2021, ViàGrandParis fut racheté par Secom et le Groupe Figaro, ce dernier pouvant utiliser ses studios pour produire des contenus, profiter d'économies d'échelle et de synergies avec sa plateforme. Les chaînes de ViàOccidanie et ViàATV ont été rachetées en avril par le groupe de presse régionale La Dépêche du Midi (les journalistes optèrent pour cette solution, plutôt que pour l'offre Altice-BFM). Ces développements pourraient être un prélude à une réorganisation plus importante des marchés médiatiques locaux, au détriment de l'audiovisuel public, dans le contexte que l'on connaît.

- **Représentation et nouvelles demandes de soutien public**

En 2019, les deux grandes associations représentant les télévisions locales (TLSP et TLF) se sont regroupées pour former l'association Locales.tv, qui se veut force de proposition et négocie avec le CSA. Une autre association, le SIRTI, représente 170 radios locales indépendantes. Les deux associations ont organisé en décembre 2021 des « assises de l'audiovisuel ». Se fondant sur la confiance des citoyens français en leurs médias locaux, ils ont demandé la création d'un nouveau statut – un « label » permettant de nouvelles formes de protection et de soutien, similaires à celles existant pour la presse ou la radio : des fonds pour la diffusion hertzienne, pour l'innovation, pour l'indépendance vis-à-vis des intermédiaires, un crédit d'impôt sur les investissements publicitaires et une TVA réduite sur les subventions.

3.4.18. PRÉSENCE DES FEMMES DANS LES MÉDIAS

Vue d'ensemble

- Évaluation du risque : « faible » (30 %, en hausse de 12 points – proche de « moyen »)

L'objectif d'égalité de genre est inscrit dans les contrats de performance de l'audiovisuel public et est soutenu par la loi de septembre 1986 et ses nombreuses modifications des années 2010. Ce dispositif légal vise à favoriser l'égalité et la représentation de la « diversité » dans une multitude d'environnements.

Toutefois, la crise de la COVID a souligné la persistance d'une sous-représentation des femmes dans les médias. La loi du 2 août 2021 (n° 2021-1018) a harmonisé la définition du harcèlement sexuel dans le Code du travail (art. L-1153-1 à 6) et le Code pénal (art. 222-33), suite à un premier effort dans cette direction avec la loi du 3 août 2019 (n° 2018-703), et une initiative du ministère de la Culture en mars 2019, qui avait réuni 80 entreprises culturelles et médiatiques pour signer des chartes pour l'égalité entre les femmes et les hommes.

Points spécifiques

- **Représentation des femmes dans les médias**

Le rapport 2020 des chercheuses Marlène Coulomb-Gully et Cécile Méadel avait souligné le fait que les expertes constituaient encore une minorité dans les médias français. Leur expertise est rarement reconnue ; on n'interviewe des expertes ou des responsables féminines que dans un cas sur quatre. La représentation des femmes est très inégale selon les professions : elle s'élève à seulement 17 % pour les personnalités politiques, 18 % pour les athlètes, 19 % pour les dirigeants de sociétés, 22 % pour les professionnels des médias (stable), les chercheurs et les enseignants (24 %, en progression). Le dernier rapport du Haut Conseil à l'Égalité entre les femmes et les hommes (2021) confirme ce diagnostic : les femmes sont sous-représentées dans les médias, avec une répartition genrée selon les thèmes, les femmes restant marginalisées sur les questions « régaliennes ».

Dans son rapport annuel de 2020 (publié en mai 2021), le CSA a de même révélé qu'il y a une sous-représentation importante des femmes dans l'audiovisuel (41 %, stable). Leur présence sur les écrans a crû (40 %, plus 7 points), mais pas leur temps de parole (36 %, moins 1 point). La part d'expertes continue de progresser (41 %, plus 11 points depuis 2016), de « bons résultats » selon le rapport, qui tiennent d'abord aux efforts consentis dans l'audiovisuel public et les radios privées.

Pendant la crise de la COVID, le personnel médiatique (docteurs, pharmaciens, etc.) fut souvent invité à commenter les mesures gouvernementales, la campagne de vaccination, les tests et ainsi de suite. Ces professions sont structurellement dominées par des hommes : les experts invités par les médias tendent alors à refléter la morphologie sociale des professions médicales (Doukhan & Rémi, 2020 ; Coulomb-Gully, 2019). Plusieurs experts insistent aussi sur le fait que, si la situation des expertes dans les médias reste problématique, il faut jauger les évolutions sur le long terme et considérer les effets d'initiatives telles que Expertes.fr (un répertoire d'expertes dans plus de 300 champs) pour voir si elles améliorent la situation.

- **Précarité économique et harcèlement sexuel**

Structurellement les femmes journalistes sont dans une situation plus précaire que leurs collègues masculins, subissent plus souvent l'imposition de contrats courts et d'autoentrepreneuses. La précarité du travail les rend plus vulnérables et les expose ainsi d'autant plus au sexisme « ordinaire », au machisme et, dans certains cas, à des pressions et à des agressions sexistes ou sexuelles. En effet, en plus des problèmes de harcèlement dans les rédactions et les écoles de journalisme (Posetti & al., 2021 ; Reporters sans Frontières, 2021c), l'année 2021 fut marquée par plusieurs accusations publiques de harcèlement sexuel contre des grandes figures médiatiques, rappelant qu'il y a encore beaucoup de progrès à faire dans les entreprises.

3.4.19. ÉDUCATION AUX MÉDIAS

Vue d'ensemble

- Évaluation du risque : « faible » (29 %, en baisse de 25 points)

L'EMI fait partie du socle commun du système éducatif français depuis le milieu des années 2000 ; des lois récentes (n° 2013-595 du 8/07/2013 ; n° 2018-1202 du 22/12/2018) ont renforcé ce dispositif. Le ministère de l'Éducation offre des ressources en ligne aux enseignants, par le biais de différentes plateformes (Éduscol, Clémi). Les attaques terroristes de 2015, ainsi que la croissance de l'usage de médias en ligne, ont aiguisé la conscience des problèmes d'EMI dans l'enseignement offert aux élèves. La loi de décembre 2018 a rajouté différents éléments relatifs à l'EMI dans le Code de l'éducation. Les deux expertes consultées pour ce rapport considèrent que beaucoup a été fait pour améliorer et diversifier ces outils.

- **L'hétérogénéité du dispositif d'éducation aux médias**

Parallèlement à la montée de la désinformation, le choc provoqué par l'assassinat en octobre 2020 de l'enseignant Samuel Paty par un jeune islamiste a accéléré la mobilisation des autorités pour l'EMI dans les collèges et lycées. Le ministère de l'Éducation a requis la création d'un groupe de travail de 12 personnes afin d'imaginer de nouvelles orientations pour l'EMI, notamment en ligne.

Pourtant, de fortes disparités existent quant à la réalité de la mise en œuvre des outils existants. À l'échelle nationale, le dispositif est trop hétérogène et n'est pas suffisamment approprié par l'ensemble des acteurs des champs éducatif et associatif. D'ordinaire, les enseignants d'histoire-géographie, de même que les documentalistes en collège et en lycée, prennent en charge l'EMI. Les enseignants peuvent par ailleurs être rétifs vis-à-vis de l'idéologie officielle imposée par tel ou tel ministre de l'Éducation.

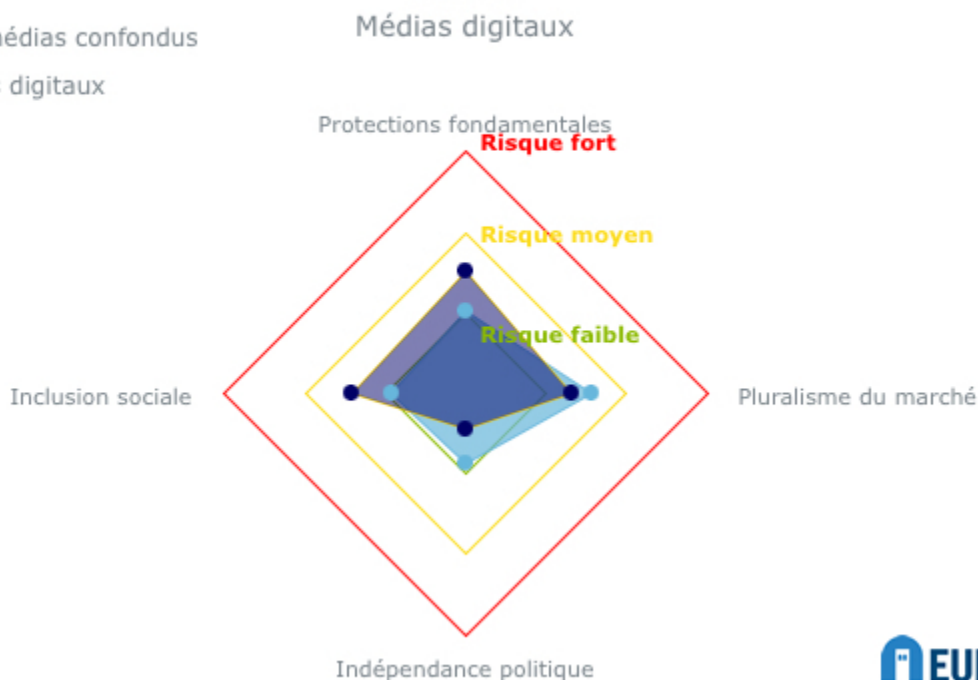
3.4.20. PROTECTION CONTRE LES DISCOURS ILLICITES ET HAINEUX

- Évaluation du risque : « moyen » (44 %, en hausse de 12 points). Voir le chapitre 4 – section Internet.

4. Evaluation des risques concernant le pluralisme des médias en ligne

France: Différents types de risque pouvant affecter le pluralisme des médias

- Tous médias confondus
- Médias digitaux



JS chart by amCharts

EUI CENTRE FOR MEDIA PLURALISM AND MEDIA FREEDOM
MPM 2022

4.1. PROTECTIONS FONDAMENTALES

- Évaluation du risque : « moyen » (50 %, en hausse de 6 points)

En ce qui concerne les protections fondamentales, nombre de problèmes soulignés dans le rapport de l'année dernière ont persisté en 2021, l'ensemble de lois récentes n'ayant pas clarifié un certain nombre d'ambivalences ni pallié des lacunes, telles que la délégation du retrait de contenus aux géants du numérique. Certains risques valables pour l'ensemble du secteur sont plus grands encore en ligne (précarité, menaces).

4.1.1. RESPECT DE LA LIBERTÉ D'EXPRESSION

Point spécifique

- Le nouvel ensemble de lois**

Ces dernières années, l'appareil légal encadrant les médias en ligne a été renforcé (lois du 20/12/2018 n° 2018-1202 ; loi « Avia » du 24/06/2020 n° 2020-766), non sans susciter de nouvelles controverses. Les outils créés par la loi « séparatisme » d'août 2021 ont soulevé des inquiétudes, notamment le fait que les blocages de sites et le retrait de contenus ne sont pas suffisamment supervisés par des autorités judiciaires et administratives publiques – un problème qui avait déjà été jugé litigieux avec la loi « Avia ». Des mécanismes d'appel existent, mais ils ne sont pas jugés suffisants pour préserver la liberté d'expression.

D'autres formes de censure moins visible existent, telles que les « *shadow bans* » (Badouard, 2021b). La loi française sera significativement modifiée à l'occasion de la transposition mi-2022 de la directive européenne du 29 avril 2021 (n° 2021-784, adoptée en juin) relative à la lutte contre le terrorisme en ligne. Ces nouvelles règles imposent aux plateformes telles que Facebook ou Twitter qu'elles utilisent leurs algorithmes pour filtrer, intercepter et bloquer la propagande terroriste dans un délai d'une heure. La directive européenne insiste sur la nécessité de préserver la liberté d'expression (§ 10), notamment la diffusion d'informations de nature pédagogique, journalistique, artistique ou scientifique traitant du terrorisme (§ 12, voir aussi l'art. 1). Ainsi, les risques liés au traitement automatisé et algorithmique de telles menaces sont connus, puisque ces outils ne distinguent pas systématiquement, par exemple, la propagande du commentaire, de la simple citation ou de l'ironie. Il y a par ailleurs un risque que les plateformes, face à la menace de sanctions (amendes), optent pour des méthodes de filtrage trop zélées. Ces problèmes et d'autres (protections, recours possibles, mécanismes de dépôts de plaintes...) sont mentionnés dans la directive (§ 23, 27, 32 ; art. 9, 10).

Quoi qu'il en soit, d'un point de vue pratique, de telles mesures sont difficiles à mettre en œuvre sans les ressources matérielles, logicielles et humaines adéquates. Plus fondamentalement, la délégation de missions d'intérêt public à des plateformes privées signifie que l'État s'en remet à leur bonne foi pour garantir la transparence de leurs actions. Mais ces gigantesques sociétés défendent leur refus de rendre leurs algorithmes transparents au nom de dispositifs protégeant le secret des affaires (La Quadrature du Net, 2021). La CNIL (2021) a souligné que l'appareil existant et celui à venir sur la désinformation devront probablement être de nouveau révisés, sauf à s'exposer à une nouvelle censure du Conseil constitutionnel.

4.1.3. PROFESSION, NORMES ET PROTECTION DES JOURNALISTES

Points spécifiques

- **Précarité socioéconomique**

La numérisation et la migration de titres de presse sur Internet ont accru la précarité de la profession, notamment des jeunes journalistes. En effet, ceux-ci doivent passer de plus en plus de temps à leur bureau devant leur ordinateur (emplois de « *desk* », de producteurs de contenus en ligne – Neihouser, 2018 ; SCAM, 2019), à réorganiser et à passer des informations à la moulinette, à faire un travail répétitif et superficiel (nouvelles de flux, court-termisme, sites de « *fast journalism* »), engendrant moins de contacts avec les gens, au lieu d'accomplir des tâches plus traditionnellement journalistiques (Charon & Pigeolat, 2021).

- **Sécurité en ligne : menaces d'extrême droite**

La question de la sécurité en ligne est tout aussi importante. Il y a eu de nombreux cas d'appels à la violence sur les réseaux, venant notamment de l'extrême droite, ciblant des journalistes. En novembre 2021, 39 rédactions ont publié une tribune pour appeler à en finir avec la violence d'extrême droite à l'encontre des journalistes (menaces de mort et de viol, insultes, harcèlement en ligne, intimidations lors d'événements publics, de manifestations...) – et particulièrement des femmes, ou ceux associés à la gauche. Des groupes néonazis et des « influenceurs » d'extrême droite ont également diffusé des appels explicites ou semi-ironiques à la violence contre des journalistes de *Street Press*, de *Mediapart*, du *Média*. Il y eut un épisode de violence lors du premier meeting politique d'Éric Zemmour à l'encontre de membres de

différents médias ; certains n'avaient pas eu le droit d'accéder à l'enceinte du meeting, une pratique également coutumière au Rassemblement national.

4.1.5. COUVERTURE DES MÉDIAS TRADITIONNELS ET ACCÈS À INTERNET

Point spécifique

- **Neutralité du net et rôle du DMA – DSA**

La neutralité du net est bien protégée en France. Toutefois, les fournisseurs d'accès et les plateformes privées peuvent représenter une certaine menace en la matière, si elles restreignent l'accès à des contenus, des services, des applications, ou si elles discriminent l'accès et la bande passante. Avec le développement de réseaux 5G, l'ARCEP devra soigneusement surveiller ces pratiques. Les très grandes infrastructures que les GAFAM sont en train de développer représentent une autre menace, car le contrôle des tuyaux pourrait leur permettre de s'affranchir de contraintes législatives nationales (Boullier, 2021).

Par ailleurs, si les normes européennes concernant l'Internet ouvert protègent les droits d'accès et de diffusion de l'information et de contenus, la réglementation ne s'applique qu'aux FAI. Au bout de la chaîne d'accès à Internet, les appareils (smartphones, assistants vocaux, voitures connectées...) et les écosystèmes fermés des plateformes (« *gatekeepers* ») sont les maillons faibles d'un Internet réellement ouvert. Ces soucis sont pris en compte par le BEREC à l'échelle supranationale et par l'ARCEP à l'échelle nationale, ainsi que dans les directives européennes DMA et DSA. L'ARCEP (2021) a salué ces évolutions comme « un grand pas en avant », notamment contre les menaces pesant sur la neutralité du net, tout en soulignant de nombreux problèmes mentionnés ailleurs dans ce rapport (conditions de la concurrence, faible surveillance des *gatekeepers*, asymétrie informationnelle...).

4.2. PLURALISME DU MARCHÉ

- Évaluation du risque : « moyen » (44 %, en baisse de 9 points)

Le poids du duopole Google-Facebook sur le marché de la publicité en ligne et les problèmes afférents en matière de données personnelles suscitent de grandes craintes. Des tensions importantes existent entre de nombreux médias et les plateformes en ligne, ces dernières tendant à abuser de leur position dominante dans les négociations sur les droits voisins. Toujours est-il qu'un processus a été lancé, les autorités de régulation adoptant par ailleurs souvent une position ferme sur la question vitale de la redistribution des revenus en ligne.

4.2.6. TRANSPARENCE DE LA PROPRIÉTÉ DES MÉDIAS ET CONCENTRATION

Point spécifique

- **Évolution de la morphologie du secteur**

De nombreux *pure players* ont vu le jour en France ces dernières années. En décembre 2021, la CPPAP a reconnu 1 275 services de presse en ligne (dont une minorité de *pure players*). Plusieurs ont été incorporés dans des groupes médiatiques, d'autres ont obtenu le soutien d'investisseurs majeurs, ou bien ont assuré leur indépendance grâce à des modèles économiques solides.

L'opacité est un problème important dans cet écosystème médiatique évoluant rapidement. Si les recherches universitaires et les enquêtes journalistiques nous permettent de disposer de connaissances fiables en ce qui concerne la presse écrite, les synthèses font toujours défaut pour le secteur en ligne. L'absence de données exhaustives et standardisées limite la possibilité d'établir un ratio de concentration ; la morphologie du secteur n'étant pas encore stabilisée (Lyubareva & Rochelandet, 2017), le phénomène n'est pas assez mûr pour être évalué dans le détail. Il est toutefois évident que les seuils définis pour une sphère médiatique et une infrastructure financière totalement différentes (à l'exception de la TNT) ne sont pas adaptés au secteur des médias en ligne.

4.2.8. PLATEFORMES EN LIGNE ET CONCURRENCE

Points spécifiques

- **Accès à l'information**

En ligne, 28 % des lecteurs accèdent à de l'information en libre accès directement via le site du média, 20 % via un service en ligne ou une application, 46 % via les deux options (ARCEP & al., 2021). En ce qui concerne les supports utilisés pour accéder à l'information, les statistiques montrent que la télévision est la première source d'information (68 %, plus 4 points), tout juste devant les médias en ligne (67 %, plus 1 point, chiffre incluant les réseaux sociaux numériques, à 38 %) et la presse écrite (14 %, moins 1 point) (Reuters Institute, 2021). 76 % de la population française consulte au moins un titre de presse. Les écarts générationnels sont importants (58 % des 12-17 ans consultent les informations, tous supports confondus ; 77 % des 18-24 ans ; 81 % des 60-69 ans). Les non-diplômés ont moins tendance à lire la presse (85 % des diplômés, 66 % des non-diplômés). Les conditions socioéconomiques jouent un rôle important (84 % des cadres, 85 % des hauts revenus, 67 % des ouvriers), de même que la géographie (83 % des Franciliens, 72 % des ruraux).

• Positions dominantes, publicités ciblées et vie privée

D'après la dernière édition de l'Observatoire de l'e-pub, les revenus issus du numérique augmentent fortement : +42 % au 1^{er} semestre 2021 (+25 à 30 % prévus pour l'ensemble de l'année), +39 % par rapport à 2019. La publicité en ligne est celle qui progresse le plus, notamment les publicités « *social* » (+77 %), « *search* » (+29 %) et « *display* » (+21 % ; affiliation, emailing et comparateurs : +12 %).

La position dominante des GAFAM a poussé les autorités de régulation françaises à durcir leur position et à imposer d'énormes amendes. En décembre 2020, Google fut sanctionné par la CNIL pour avoir déposé des cookies sur les ordinateurs des usagers sans notification ni consentement préalable (amende de 100 M€). Amazon est aussi surveillée par les autorités européennes sur les questions de vie privée et son utilisation de la publicité ciblée, en violation du RGPD. Cependant, selon La Quadrature du Net (2021), la CNIL en revient à protéger les GAFAM contre le droit, les actions collectives que l'ONG a engagées en 2018 contre les cinq sociétés n'ayant mené à aucune condamnation.

Suite au dépôt d'une plainte par 3 éditeurs de presse (News Corps inc., Groupe Figaro, Groupe Rossel La Voix), l'Autorité de la concurrence a également sanctionné Google en juin 2021 « pour avoir abusé de sa position dominante sur le marché des serveurs publicitaires pour éditeurs de sites en ligne et applications mobiles », en violation du Code de commerce et du Traité sur le fonctionnement de l'Union européenne, et l'a condamné à verser une amende de 220 M€.

L'Autorité de la concurrence n'a pas sanctionné Apple, mais enquête sur sa mise en place de la sollicitation App Tracking Transparency (ATT), un dispositif pour les applications sous iOS qui suit les activités des détenteurs d'iPhone sur des sites tiers. Les plaignants ont saisi l'Autorité pour dénoncer cet abus de position dominante, la société obligeant les médias, les agences de publicité, les intermédiaires, les éditeurs, les développeurs d'applications à recourir à la sollicitation ATT pour accéder à l'identifiant IDFA des usagers, qui permet de cibler les publicités.

• Rémunération des droits voisins

Cette question a été au cœur d'une bataille entre les médias français, Google et les autorités françaises depuis la mi-2019. La loi du 24 juillet 2019 (n° 2019-759) a transposé la directive européenne du 17 avril 2019 (n° 2019-790) et amendé le Code de la propriété intellectuelle pour inclure les publications de presse et permettre la rémunération de droits voisins en faveur des journalistes et des éditeurs. En novembre 2019, le Syndicat des éditeurs de la presse magazine (SEPM), l'Alliance de la presse d'information générale (APIG) et l'AFP ont saisi l'Autorité de la concurrence au sujet de l'appropriation de leur travail par Google. L'Autorité a accusé Google d'imposer des conditions inéquitable aux éditeurs et agences de presse, de contourner la loi et de pratiques discriminatoires. En décembre, elle a condamné la société à une amende de 150 M€, de nouveau pour abus de position dominante. Elle exigea que Google négocie avec les groupes médiatiques sous trois mois pour déterminer les montants qu'elle devrait leur verser au titre de leurs droits voisins, et appliqua des mesures conservatoires pendant les négociations – mesures qui resteront actives jusqu'à ce qu'elle ait définitivement statué sur l'affaire. Google a conclu des accords avec des parties individuelles, évitant ainsi des négociations collectives et réduisant l'impact de l'intervention de l'Autorité.

Dans un jugement d'octobre 2020, la Cour d'appel de Paris a confirmé le jugement de l'Autorité rendu le 9 avril 2020, au sujet des requêtes de l'APIG, du SEPM et de l'AFP, que Google avait ignorées. Le jugement considérait que Google n'avait pas négocié de bonne foi avec ces entités, avait cherché à imposer ses termes, avait modifié de façon « brutale et unilatérale » sa politique d'affichage des contenus

d'actualité. Elle avait aussi restreint, sans justifications, le champ de la négociation, en refusant d'intégrer « les contenus des agences de presse repris par des publications » et en « écartant l'ensemble de la presse non IPG de la discussion ». Ces manquements furent « aggravés par la non-transmission des informations qui auraient permis une négociation équitable ». Par conséquent, en juillet 2021, une amende supplémentaire de 500 M€ fut infligée par l'Autorité de la concurrence à Google, pour non-respect de la décision d'avril 2020.

Google finit par signer des accords avec l'APIG, signa un accord de cinq ans avec l'AFP en novembre 2021, mais pas avec les autres organisations – le SEPM, la FNPS et le SPIIL. En réponse aux critiques formulées par les autorités, elle proposa des solutions à la fin de l'année 2021, qui seront évaluées par les parties concernées – l'Autorité de la concurrence les a invitées à les commenter avant le 31 janvier 2022, avant de statuer de nouveau.

Suite à ces critiques, une commission parlementaire *ad hoc* (Mission d'information sur l'application du droit voisin, 2022) a souligné les nombreux problèmes soulevés par l'ensemble de cette séquence de négociations : des accords bilatéraux et individualisés, l'exclusion de catégories entières de médias (magazines, presse locale, *pure players* indépendants...), l'asymétrie tant économique qu'informationnelle, la seconde résultant du manque de transparence sur les montants négociés (le secret des affaires fut opposé à la révélation de l'accord avec l'APIG et d'autres), ce qui signifie l'absence de garantie d'un traitement équitable dans les accords à venir.

Des problèmes similaires existent avec les autres géants du numérique : fin 2021, Facebook s'est elle aussi engagée à rémunérer différents médias et agences (l'APIG, *Le Monde*, *Le Figaro*...) et commença à signer des accords individualisés et confidentiels.

• La Société des droits voisins de la presse

Dans cette situation bloquée, une nouvelle association professionnelle fut créée le 26 octobre 2021 afin de négocier, de collecter et de répartir les nouveaux fonds issus de la diffusion en ligne de contenus journalistiques – la Société des droits voisins de la presse (DVP). Elle est liée à la SACEM, et regroupe un grand nombre de médias, tant privés que publics, dans les secteurs de l'audiovisuel (France Télévisions, M6) et de la presse écrite (*L'Équipe*, *Le Canard enchaîné*, *Le Point*), ainsi que des groupes (Prisma Media, CMI, Altice Media...) et agences de presse (AFP, MaxPPP...) affiliés à différentes organisations (SPM, SPIIL, FNPS). Les négociations sont en cours.

• Taxe sur les services numériques

Suite au projet de la Commission européenne d'imposer une taxe de 3 % sur les services numériques, le Parlement a voté une « taxe GAFA » le 11 juillet 2019. Néanmoins, sous la pression des États-Unis, la France a interrompu le mécanisme jusqu'à la fin 2020. Un accord fut trouvé avec la nouvelle administration américaine lors de la réunion de l'OCDE d'octobre 2021 sur une taxe minimale de 15 % sur les multinationales ; les cinq pays européens qui avaient créé cette taxe acceptèrent le compromis avec les États-Unis : ils pouvaient continuer à la collecter (la France en tira 375 M€ en 2020 et en attend 518 en 2022), mais un certain nombre de groupes américains pourront bénéficier d'un crédit d'impôt en cas de trop-perçu ou de double imposition. La question est désormais débattue à l'échelle européenne, où la France n'a pas réussi à mobiliser beaucoup de soutiens. La présidence française de l'Union commencée en janvier 2022 sera peut-être l'occasion de remettre cette question sur la table.

4.3. INDÉPENDANCE POLITIQUE

- Évaluation du risque : « faible » (15 %, en hausse de 5 points)

La question de l'indépendance politique des médias en ligne n'est pas pour l'instant une menace grave. L'augmentation du score cette année peut s'expliquer par le manque de transparence et l'insuffisance des règles gouvernant la propagande politique en ligne pendant les élections, ainsi que par l'inefficacité des tentatives récentes de réformer les systèmes de soutien public pour mieux cibler les titres authentiquement journalistiques.

4.3.12. AUTONOMIE ÉDITORIALE

Point spécifique

- **Les pure players indépendants et le statut d'entreprise solidaire de presse d'information**

Ces dernières années ont vu naître de nombreux *pure players* locaux (European Federation of Journalists, 2021), avec des titres tels que *Mediacités* (un réseau de 4 sites basés à Lille, Lyon, Nantes et Toulouse, animé par une rédaction parisienne), *Le D'Oc*, *Le Poulpe*, *MarsActu*. Ce dernier est parvenu à l'équilibre budgétaire en 2020, avec 5 000 abonnés, cinq ans après avoir été racheté par ses journalistes, qui décidèrent alors d'adopter le statut d'entreprise solidaire de presse d'information, créé par la loi du 17 avril 2015 (n° 2015-433). Ce statut offre des réductions d'impôt aux donateurs et impose que 70 % des profits soient réinvestis dans l'entreprise. *Charlie Hebdo* fut le premier à l'adopter en 2015, suivi par *Les Jours* en 2016 (parvenu à l'équilibre en 2020), *L'Humanité* en 2017 ou encore *Blast*, plus récemment – entre autres. Ce nouveau statut pourrait s'avérer bénéfique pour les petits médias locaux et indépendants, notamment pour maintenir leur indépendance éditoriale, même s'il existe d'autres statuts coopératifs qui pourraient assurer les mêmes résultats (la SCOP, adoptée par *Alternatives économiques*, la SCIC, adoptée par *Nice Matin*). À l'aune de leur faible attrait jusque maintenant, le SPIIL a proposé d'améliorer ces dispositifs et d'en étendre la portée.

Certains de ces médias ont adopté le modèle économique de *Mediapart* – purement en ligne, avec mur payant, pas de publicités, financement par des abonnements (et des appels à souscriptions) ; d'autres, tels que *Disclose*, s'en remettent aux dons et refusent l'actionnariat. Plusieurs ont développé des partenariats avec *Mediapart* – c'est le cas de *MarsActu* depuis 2011.

4.3.13. MÉDIAS AUDIOVISUELS, PLATEFORMES EN LIGNE ET ÉLECTIONS

Point spécifique

- **Manipulations sur les réseaux sociaux numériques**

Dans son rapport d'activité annuel, la CNIL (2021) ne mentionne pas les problèmes liés à la publicité politique dans les campagnes sur les réseaux sociaux, ni les manipulations qui y ont cours. Pourtant, elle a reçu plus de plaintes liées à la question de la protection des données (13 585, +63 % depuis la mise en œuvre du RGPD) et son rapport souligne le recours grandissant des partis aux logiciels de prospection politique et de stratégie électorale, qui sont utilisés pour analyser les données sociodémographiques et les résultats électoraux précédents. Il constate un « manque de transparence de certains candidats et partis en matière de démarchage et un mécontentement chez les personnes concernées », et rappelle par conséquent les organisations politiques à l'ordre. Les plaintes ont surtout porté sur les SMS (45 %), les appels téléphoniques (36 %) et les emails (12 %).

La publicité sociale, électorale ou politique sur Facebook est un vrai problème en France (CSA, 2020). Malgré des dépenses limitées en la matière, ces publicités ont engendré plus d'un milliard de notifications pour les 39 millions d'utilisateurs de la plateforme en France. Plusieurs observateurs ont noté que les données rendues disponibles par Facebook ne permettent pas de vérifier le caractère exhaustif des inventaires publicitaires dédiés aux contenus sociaux, électoraux ou politiques. Le travail mené par différents acteurs (le régulateur européen – l'ERGA – et l'ambassadeur numérique, notamment) sur cette question de l'exhaustivité est par conséquent essentiel et doit être poursuivi.

Il y a eu plusieurs tentatives, à la fin 2021, d'efforts coordonnés par l'équipe d'Éric Zemmour pour manipuler la page Wikipédia du candidat (la plus consultée de France, à l'époque) et les « tendances » sur Twitter, afin de favoriser sa campagne. Il s'agit là d'un cas évident de non-transparence, pour un candidat qui était alors l'un des meneurs de cette élection.

4.3.14. RÉGULATION ÉTATIQUE DES RESSOURCES ET DU SOUTIEN AU SECTEUR DES MÉDIAS

Point spécifique

- **Le cas de FranceSoir**

FranceSoir, jadis un journal respecté qui a abandonné sa fonction d'information en 2019, est devenu l'une des principales plateformes de blogs diffusant des théories du complot, notamment à propos de la COVID. Début 2021, des journalistes professionnels (dont de nombreux anciens rédacteurs du journal, partis avant ou au moment de son acquisition par son propriétaire actuel) ont appelé au retrait des subventions. Cet épisode, avec la levée de boucliers contre Reworld Media, a mené à la création de la commission Franceschini et à la révision des règles, grâce au décret déjà mentionné de décembre 2021. Toutefois, la CPPAP a finalement considéré que ce média était bien un service d'information en ligne, puisque, suite aux accusations, il avait décidé d'employer deux journalistes (et quelques stagiaires) – un seul aurait suffi pour qu'il ait son agrément, d'après les critères adoptés après la commission –, lui permettant ainsi de continuer à recevoir des subventions. Google l'a ensuite retiré de son programme AdSense.

4.4. INCLUSION SOCIALE

- Évaluation du risque : « moyen » (47 %, en baisse de 16 points)

Il y a désormais un cadre officiel pour lutter contre la haine en ligne, ce qui explique en partie le progrès de ce chapitre. Après la polémique autour de la loi Avia de 2020, des changements ont été effectués, mais les mécanismes problématiques demeurent – traitement algorithmique de l'information, manque de surveillance judiciaire, risques de censure de fait... En effet, toutes les autres variables restent à un niveau de risque « moyen », signalant qu'il y a encore de nombreux progrès à faire, ce qui implique que l'État dépende moins des plateformes et que celles-ci cessent d'être réticentes à travailler avec les autorités nationales et européennes.

4.4.20. PROTECTION CONTRE LES DISCOURS ILLICITES ET HAINEUX

Points spécifiques

- **Méfiance vis-à-vis des médias dominants**

La méfiance vis-à-vis des autorités grandit, nourrissant les records d'abstention aux élections et le vote d'extrême droite (La Croix & Kantar, 2022). La pandémie et le rejet des mesures de confinement (Smyrniotis, 2020), les réactions contradictoires des autorités (s'ajoutant à des années de mesures d'exception), la diffusion de fausses informations sur les vaccins et l'hydroxychloroquine, la stigmatisation des mouvements de protestation de 2019, la corruption au sein de l'élite (un ancien président condamné deux fois en 2021, et ayant plusieurs autres affaires en cours) et, inversement, le dédain vis-à-vis de la volonté populaire, le manque de représentation de la classe ouvrière dans les élites politiques, intellectuelles, économiques et médiatiques, la chute du lectorat de la presse écrite, la montée des réseaux sociaux numériques... Les facteurs qui permettent d'expliquer la progression de cette défiance sont nombreux, alors que rien n'est vraiment fait pour lutter contre les causes structurelles du phénomène, à l'exception de rubriques de « *fact-checking* » souvent consultées par des convertis qui rejettent toute crédulité sur autrui.

La désinformation s'est surtout diffusée en ligne. Le développement de sites d'information qui n'en ont que le nom, la diffusion de fausses nouvelles venant de sites et de médias sociaux situés hors de France rajoute à l'opacité. On peut citer ici à nouveau *FranceSoir* ou, à l'échelle mondiale, la machine médiatique de la secte Falun Gong (*Epoch Times*), un grand fournisseur de théories du complot d'extrême droite et de propagande anti-chinoise. Dans un champ médiatique mondialisé, ces problèmes transcendent les frontières nationales.

Le phénomène a affecté d'autres médias, ainsi que des mouvements politiques, avec le lancement de paniques morales sur l'« islamo-gauchisme » nourries par le gouvernement et la droite, le wokisme par les médias de droite et certains pans de la gauche, et le « grand remplacement » dans les médias d'extrême droite, un thème qui a même réussi à s'immiscer dans les débats des primaires d'un parti de gouvernement (Les Républicains).

- **Le rapport 2020 du CSA sur la lutte menée par les plateformes contre la désinformation**

Anticipant la mise en œuvre du DSA en France, le gouvernement a confié au CSA (et désormais à l'ARCOM) la tâche de surveiller les opérateurs en ligne. Ceux ayant plus de 5 millions de visiteurs mensuels uniques doivent coopérer avec les autorités et développer des instruments pour lutter contre la désinformation (outils de veille, lutte contre les comptes diffusant des fausses informations, etc.) et mettre en œuvre des mesures complémentaires (transparence des algorithmes, des campagnes de communication de groupes privés, d'agences de presse, de services de communication audiovisuelle, contenus sponsorisés). Ils doivent envoyer un rapport annuel au CSA sur l'application et l'efficacité des mesures adoptées (art. 11).

En 2020, le CSA a publié un rapport basé sur les réponses aux questionnaires envoyés à 11 opérateurs représentant 16 services. Dans son résumé, il considère que les plateformes ont été très coopératives. Toutefois, le niveau de détail des réponses fut hétérogène. En voici les conclusions les plus importantes :

- Plusieurs plateformes ont ajouté une catégorie spécifique permettant de signaler des fausses informations, mais ce n'est pas le cas de toutes. Elles n'ont donné que peu d'informations sur les moyens humains et financiers engagés pour lutter contre la manipulation de l'information.
- Il y a des problèmes de transparence et de lisibilité des algorithmes. Plusieurs ont mentionné la protection du secret des affaires pour se dérober à cette obligation, en dépit des garanties de confidentialité promises par le CSA. Ce manque d'information signifie que le CSA ne peut pas pleinement apprécier les instruments mis en œuvre.
- Plusieurs opérateurs, via des algorithmes, augmentent la visibilité de contenus venant de sources dignes de foi et/ou réduisent celle de sources douteuses.
- Elles disposent de moyens humains ou automatisés pour détecter des comptes qui propagent massivement de la désinformation, et prennent différentes mesures à leur encontre (suppression, blocage, etc.).
- Les opérateurs offrent pour la plupart d'entre eux des mécanismes pour identifier des contenus sponsorisés. Ils ont des normes spécifiques, telles que la validation ou l'interdiction de certains types de publicités.
- Certains promeuvent l'EMI, à l'aide par exemple de partenariats avec des institutions publiques et des ONG, ou bien financent de telles initiatives et recherches, ainsi que des mécanismes de *fact-checking* – les GAFAM ont à cet effet créé des partenariats avec différents médias (Bigot, 2019 ; Bigot & Nicey, 2020).
- Plusieurs ont également entrepris des démarches pour lutter contre les « *deepfakes* », pour protéger les élections, et limiter les fonctions de « *live-streaming* ».

- **Le cas de Facebook**

Récemment, des plateformes telles que Facebook ont été très critiquées pour avoir, *de facto*, promu des théories du complot, de la désinformation, des « *clashes* », des contenus incitant à des réactions violentes ou qui stigmatisent des minorités, malgré les promesses de réduire la visibilité de tels contenus.

La lanceuse d'alerte Frances Haugen a présenté ses critiques devant l'Assemblée nationale en novembre 2021, afin d'aiguiser les consciences sur les efforts insuffisants de modération des plateformes telles que Facebook, mettant les profits avant la sécurité de leurs usagers et les principes démocratiques les plus fondamentaux. Elle a également souligné la grande opacité des algorithmes de l'entreprise, qui oppose le secret des affaires aux demandes de transparence. Il s'agit d'un problème grave, d'autant qu'analyser et auditer des algorithmes aussi complexes nécessitera d'énormes ressources cognitives ainsi que l'accès à des savoirs internes à l'entreprise.

Par ailleurs, et comme il en va toujours dans ce genre de situations, la plus grande intervention des plateformes pour limiter les contenus illicites aura des effets négatifs sur la liberté d'expression, notamment lorsque les critères sont définis par des entités privées sans débats publics ni représentation citoyenne, lorsque les seuils de tolérance baissent chez des populations plus sensibles et atomisées, ou lorsque les tensions croissent dans l'espace public, avec la radicalisation des discours.

- **Les discours de haine en ligne**

Le dernier rapport de la Commission nationale consultative des droits de l'homme sur « la lutte contre le racisme, l'antisémitisme et la xénophobie » (2021) souligne que la société française semble « plus tolérante » vis-à-vis des minorités qu'en 2019, malgré le contexte (pandémie, terrorisme). Pourtant, les préjugés raciaux restent très présents, notamment à l'encontre des Roms, mais aussi d'autres minorités (minorité musulmane, maghrébine, juive, noire), et des discours de haine de plus en plus virulents circulent vis-à-vis des élites (Mercier & Amigo, 2021).

- **Cybersexisme**

La lutte contre le cybersexisme repose sur les mêmes lois et mécanismes que ceux en vigueur pour l'handiphobie ou le racisme. Lutter contre les violences sexuelles et sexistes était censé être l'une des « grandes causes » de la présidence Macron – il s'agit surtout des violences « dans le monde réel » (violences domestiques, au travail, etc.) – à l'aide d'une plateforme dédiée, de mesures de soutien aux victimes, de formations pour les forces de l'ordre et les magistrats. Un numéro de téléphone spécial fut créé pour les jeunes victimes de harcèlement en ligne. De nombreux médias se sont engagés à prévenir ces phénomènes dans les rédactions (à l'aide de « *gender editors* »), et il en va de même dans de nombreuses écoles de journalisme.

- **Rapport de la Commission Bronner**

Le gouvernement a mis en place une commission sur la désinformation, sous la houlette du sociologue Gérard Bronner, « Les Lumières à l'ère numérique ». Le rapport (Bronner, 2022) se concentre, entre autres, sur les biais cognitifs individuels vis-à-vis de l'information et comment l'Internet et les réseaux sociaux les renforcent (« biais de confirmation », « chambres d'écho », « avare cognitif »...), sur le rôle joué par les algorithmes dans la désinformation (« éditorialisation algorithmique », « calibrage social », « influence asymétrique »), sur « l'économie des infox » (publicité programmatique, *clickbait*), etc. Bronner et la commission se sont attirés des critiques, par exemple pour leur défense de l'objectivité absolue de la neuroscience opposée à l'engagement de la sociologie critique – des éléments qui avaient déjà été reprochés à Bronner, spécifiquement (Foucart & al., 2020).

5. Conclusions

Les menaces pesant sur le pluralisme des médias en France tiennent à un ensemble de facteurs enchevêtrés. Nombre d'entre elles ont à voir avec des forces structurelles. D'autres viennent du fait que la législation française – ne serait-ce que la loi de 1881 sur la liberté de la presse – n'est pas respectée en actes, notamment en ce qui concerne le statut des journalistes. D'autres problèmes peuvent paraître plus conjoncturels, à l'instar des conséquences économiques de la COVID, ou encore les objectifs politiques de la majorité au pouvoir en 2021 (la cure d'austérité imposée à l'audiovisuel public). Toutefois, comme nous l'avons constamment rappelé dans ce rapport, ces effets ne sont inquiétants que dans la mesure où ils exacerbent des tendances préexistantes – notamment la précarité socioéconomique croissante des professionnels des médias, ou le pouvoir en pleine expansion des GAFAM.

Nombre de ces menaces pourraient être efficacement désamorçées par des réformes courageuses de l'appareil législatif et réglementaire encadrant les médias en France ; certaines nécessitent des initiatives supranationales, notamment celles concernant la sphère numérique. Beaucoup d'entre elles requièrent des perspectives fondamentalement différentes sur la nature et la structure des médias d'information.

Plusieurs risques menacent les **Protections fondamentales**, et pourraient être désamorçés à l'aide des mesures suivantes :

- Socialement, le secteur des médias traverse une crise structurelle qui a affaibli les journalistes et les médias pour lesquels ils travaillent. **L'appareil légal et les conventions collectives devraient être systématiquement appliqués**, tout non-respect et tout abus sanctionnés (amendes, retrait de subventions, etc.). Trop de médias imposent aux jeunes journalistes des prestations d'autoentrepreneur, phénomène qui constitue l'un des plus grands facteurs de précarité et d'instabilité dans la profession. Les médias recourant à l'externalisation de postes ne devraient plus être éligibles à des avantages fiscaux et des subventions.
- Plus fondamentalement, il y a quelque chose de troublant dans le fait que le gouvernement fut capable de trouver des fonds d'urgence pour soutenir le secteur (et d'autres) pendant la pandémie, tout en continuant à démanteler l'audiovisuel public (entre autres services publics) et en imposant de nouvelles mesures d'austérité aux chômeurs – la **charité dans les circonstances exceptionnelles, l'austérité pour norme**, avec des conséquences néfastes à long terme sur le journalisme et le pluralisme médiatique.
- Le **droit à l'information doit être mieux protégé**. Le cadre légal défendant le secret des affaires, souvent invoqué pour justifier des pratiques opaques, devrait être modifié à l'échelle européenne pour empêcher les entités publiques ou privées de restreindre l'accès à des informations d'intérêt général, et mieux protéger le journalisme d'investigation, leurs sources et les lanceurs d'alerte, face aux procès-bâillons.
- En dépit des garanties interdisant les **pressions politiques sur les autorités de régulation des médias**, le fait que l'ancienne directrice de l'Autorité de la concurrence ne fut pas reconduite contre sa volonté à la fin de son premier mandat est préoccupant, dans un contexte où la fusion TF1-M6 préoccupe jusqu'au plus haut sommet de l'Etat. La question du budget de l'ARCOM est un autre sujet d'inquiétude : son financement ne sera pas augmenté proportionnellement à l'extension de ses missions, la rendant possiblement plus vulnérable face à des pressions venant du monde politique. L'indépendance de ces autorités doit être assurée, à travers des procédures de nomination claires et des financements adéquats.

Le domaine du **Pluralisme du marché** est celui où l'on rencontre les risques les plus élevés.

- **Les lois anti-concentration doivent être redéfinies de fond en comble.** Il faut abolir les exceptions et imposer des critères plus simples pour éviter les conflits d'intérêts et l'expansion effrénée des conglomérats multimédiatiques, qui constituent une menace claire à l'indépendance des médias et au pluralisme, comme nous avons pu le constater avec l'évolution des chaînes de télévision et de radio absorbées par l'empire Bolloré/Vivendi. Une loi pourrait par exemple interdire à des entreprises officiant dans des marchés publics ou des secteurs hautement régulés par l'État d'investir dans les médias (Cagé in Sénat, 2022b). Les règles existantes permettent aux actionnaires majoritaires de fait de contrôler le destin de médias ou de groupes entiers : les règles de vote doivent par conséquent être repensées afin de donner plus de pouvoir aux équipes rédactionnelles. Sacrifier le pluralisme en créant de quasi-monopoles n'est pas une solution saine face aux menaces des GAFAM. La question de la transparence des structures financières des médias est moins inquiétante, eu égard aux évolutions légales, notamment à l'échelle européenne.
- **L'indépendance financière des médias vis-à-vis des forces du marché** doit être renforcée. De multiples solutions ont été proposées depuis des années maintenant, par différents acteurs : le développement d'entreprises de presse solidaires, le statut des médias comme « biens communs », des structures non lucratives avec de nouvelles sources de financement (cotisations universelles, pluralisme de l'actionariat, incitations fiscales), la sanctuarisation de leur capital et la mutualisation des infrastructures et services de production, d'administration, de commercialisation et de distribution (Cagé, 2015, 2021 ; Rimbart, 2014).
- Un **dispositif antitrust supranational ambitieux** devrait démanteler le duopole publicitaire en ligne de Google et Facebook, qui disposent de trop de pouvoir dans les négociations avec les médias sur la question des droits voisins. Des actions plus vigoureuses devraient être entreprises pour soutenir l'ensemble des médias contre le pouvoir de ces plateformes en ligne (Smyrniotis & Rebillard, 2019). C'est d'autant plus nécessaire que les autorités de la concurrence aux États-Unis et en Europe suspectent l'existence d'une entente entre les deux sociétés pour limiter la concurrence sur le marché de la publicité en ligne. Des réformes récentes à l'échelle européenne, notamment avec le DMA, ont commencé à prendre cette question au sérieux.
- Les règles de **soutien public** aux médias doivent être plus clairement ciblées et plus strictes, afin d'empêcher les abus et le détournement de fonds (et d'autres éléments du dispositif fiscal) à des médias pseudo-journalistiques.
- Le rapport de l'Assemblée nationale sur les droits voisins présentait une liste intéressante de 10 mesures pour résoudre la question de la **répartition équitable des droits voisins** aux médias et aux journalistes. Un **modèle universel de répartition de ces droits** devrait être négocié par l'ensemble du secteur médiatique, uni au sein de la Société des droits voisins de la presse, et les plateformes en ligne, sous la supervision d'une autorité administrative indépendante, et avec l'aide d'un corps d'experts, pour assurer transparence, publicité et équité (Mission d'information sur l'application du droit voisin, 2022).

Dans le domaine de l'**Indépendance politique**, les menaces tiennent à l'influence indirecte que des personnalités ou des forces politiques peuvent avoir grâce aux liens entre les champs politique et médiatique. Des rédactions ont été soumises à des formes indirectes de pression politique, via l'intervention de leurs propriétaires, avec pour effet de pousser régulièrement des journalistes à l'autocensure (Mallet-Poujol, 2020). De tels problèmes pourraient être réglés en imposant les mesures mentionnées plus haut, ainsi que les suivantes :

- Les améliorations contenues dans la première version de la loi du 1^{er} janvier 2022 (n° 2021-4358) sur les **lanceurs d'alerte**, qui transposait la directive européenne du 23 octobre 2019, ont été annulées par le Sénat, ramenant le cadre légal à une situation proche, voire pire que celle qui régnait avant la loi Sapin 2. Parmi les éléments retirés, figurait l'inclusion dans la définition des lanceurs d'alerte de personnes morales telles que les ONG, la reconnaissance des « facilitateurs » et de l'irresponsabilité pénale des personnes ayant transmis des sources, le soutien financier en cas de procès, une meilleure assistance de la part du Défenseur des droits, des procédures judiciaires simplifiées et des mécanismes d'appel pour les cibles de procès-bâillons et de « *doxing* » (Commission nationale consultative des Droits de l'homme, 2020 ; Maison des lanceurs d'alerte, 2020 ; Waserman, 2019).

Le domaine de l'**Inclusion sociale** révèle un certain nombre de risques, notamment en ce qui concerne l'accès des femmes et des minorités aux médias, l'éducation aux médias et les discours de haine, particulièrement en ligne.

- Il faut mettre en œuvre un **statut pour les chaînes de télévision locales et associatives**, similaire à celui qui existe pour les radios locales.
- Il semble y avoir eu des progrès dans la **représentation médiatique des femmes**, des **minorités**, des **personnes handicapées**, et pourtant, les stéréotypes demeurent, qui pourraient notamment être contrecarrés par plus de diversité dans les équipes de production. Des progrès ont également été accomplis pour l'accès des personnes handicapées aux médias.
- Les forces de police et les magistrats devraient être mieux formés pour **prendre en compte les plaintes pour harcèlement sexuel au sein des rédactions**. Les rédactions et les écoles de journalisme devraient également mieux traiter cette question.

6. Références

NB : nous n'avons inclus dans cette bibliographie que les rapports d'ONG, de syndicats, d'organismes publics divers, ainsi que les sources universitaires. L'ensemble des autres sources utilisées dans le questionnaire du MPM (lois additionnelles, décrets, codes, réglementations, documents politiques, articles de presse, communiqués, etc.) sont renseignées dans la version en ligne de notre travail, sur la plateforme du CMPF. Les références aux lois sont insérées au fil du texte.

- Acrimed & *Le Monde diplomatique* (2021), « Médias français : qui possède quoi ? », v. 17, *Le Monde diplomatique*, <https://www.monde-diplomatique.fr/cartes/PPA>.
- Amnesty International (2021), *Europe and Central Asia Regional Overview*, <https://www.amnesty.org/en/location/europe-and-central-asia/report-europe-and-central-asia/>.
- Article19 (2021), « France : Freedom of Expression in Decline », <https://www.article19.org/resources/france-freedom-of-expression-in-decline/>.
- Autorité de Régulation des Communications Électroniques et des Postes, Ministère de la Culture, CRÉDOC (2021), *Baromètre du numérique*, https://www.arcep.fr/uploads/tx_gspublication/rapport-barometre-numerique-edition-2021.pdf.
- Autorité de Régulation des Communications Électroniques et des Postes (2021), *L'État d'Internet en France. Édition 2021*, https://www.arcep.fr/uploads/tx_gspublication/rapport-etat-internet-edition-2021-juil2021.pdf.
- Badouard, Romain (2017), *Le Désenchantement de l'Internet. Rumeur, propagande et désinformation*, Limoges, Fyp éditions.
- Badouard, Romain (2020), « La régulation des contenus sur Internet à l'heure des "fake news" et des discours de haine », *Communications*, n° 106, <https://www.cairn.info/revue-communications-2020-1-page-161.htm?contenu=article>.
- Badouard, Romain (2021a), « Modérer la parole sur les réseaux sociaux. Politiques des plateformes et régulation des contenus », *Réseaux*, n° 221, p. 87-120, <https://www.cairn.info/revue-reseaux-2021-1-page-87.htm?contenu=article>.
- Badouard, Romain (2021b), « *Shadow ban*. L'invisibilisation des contenus en ligne », *Esprit*, <https://esprit.presse.fr/article/romain-badouard/shadow-ban-l-invisibilisation-des-contenus-en-ligne-43629>.
- Benzoni, Laurent, Clignet, Sara (2017), « La publicité sur Internet : une économie de dominance », *La Revue européenne des médias et du numérique*, <https://la-rem.eu/2017/09/publicite-internet-economie-de-dominance/>.
- Berthaut, Jérôme (2021), « Les petites entreprises du grand reportage. Les magazines d'information à la télévision et leurs sous-traitants », *Réseaux*, n° 230, 111-140, <https://www.cairn.info/revue-reseaux-2021-6-page-111.htm?contenu=article>.
- Bigot, Christophe (2017), *Pratique du droit de la presse. Presse écrite, édition, télévision, radio*,

Internet, Paris, Dalloz.

- Bigot, Laurent (2019), *Fact-checking vs fake news. Vérifier pour mieux informer*, Paris, INA.
- Bigot, Laurent, Nicey, Jérémie (2020), « Le soutien de Google et de Facebook au fact-checking français : entre transparence et dépendance », *Sur le journalisme*, vol. 9, n° 1, <http://www.surlejournalisme.kingghost.net/rev/index.php/slj/article/view/417/385>.
- Boullier, Dominique (2021), *Puissance des plateformes numériques, territoires et souverainetés*, Paris, Sciences Po, <https://www.sciencespo.fr/public/chaire-numerique/wp-content/uploads/2021/05/RP-Puissances-des-plateformes-num%C3%A9riques-territoires-et-souverainet%C3%A9s-Dominique-BOULLIER-Mai-2021-1.pdf>.
- Bousquet, Franck, Amiel, Pauline (2021), *La Presse quotidienne régionale*, Paris, La Découverte, <https://www.cairn.info/la-presse-quotidienne-regionale--9782348057939.htm>.
- Bronner, Gérald (dir.), (2022), *Rapport de la Commission Les Lumières à l'ère numérique*, <https://www.vie-publique.fr/sites/default/files/rapport/pdf/283201.pdf>.
- Cagé, Julia (2015), *Sauver les médias. Capitalisme, financement participatif et démocratie*, Paris, Seuil.
- Cagé, Julia (2022), *Pour une télé libre. Contre Bolloré*, Paris, Seuil.
- Cagé, Julia, Huet, Benoît (2021), *L'Information est un bien public : refonder la propriété des médias*, Paris, Seuil.
- Cagé, Julia, Godechot, Olivier, Fize, Étienne, Porras Rivera, Maria Camila, (2017), *Who Owns the Media ? The Media Independence Project*, Paris, Sciences Po & Reporters Sans Frontières, <https://spire.sciencespo.fr/hdl:/2441/5ej8oq8p589tbq524jeiieb7cl/resources/media-independance-project-finalreport.pdf>.
- Calvez, Céline (2020), *Rapport sur la place des femmes dans les médias en temps de crise*, <https://www.culture.gouv.fr/content/download/276232/3201601?version=12>.
- Carasco, Aude (2018), « Qui a le pouvoir de l'information en France ? », *Viepublique.fr*, <https://www.vie-publique.fr/parole-dexpert/268470-qui-le-pouvoir-de-linformation-en-France>.
- Champagne, Patrick (2016), *La Double Dépendance. Sur le journalisme*, Paris, Raisons d'agir.
- Charon, Jean-Marie (2015), *Presse et numérique. L'invention d'un nouvel écosystème*, Ministère de la Culture et de la Communication, <https://www.culture.gouv.fr/content/download/117958/file/20150602-MCC-%20Rapport%20JM%20Charon.pdf?inLanguage=fr-FR>.
- Charon, Jean-Marie (2021), *Baromètre social 2021*, manuscrit préliminaire.
- Charon, Jean-Marie & Pigeolat, Adénora (2021), *Hier journalistes, ils ont quitté la profession*, Toulouse, Entremises.
- Chupin, Ivan (2014), « Précariser les diplômés ? Les jeunes journalistes entre contraintes de l'emploi et ajustements tactiques », *Recherches sociologiques et anthropologiques*, vol. 45,

n° 2, <https://journals.openedition.org/rsa/1282>.

- Commission nationale de l'informatique et des libertés (2021), *Rapport d'activité de la personne qualifiée – 2020*, https://www.cnil.fr/sites/default/files/atoms/files/rapport_linden_2020.pdf.
- Comby, Jean-Baptiste, Ferron, Benjamin (2018), « La subordination au pouvoir économique. Dépolarisation et verticalisation du champ journalistique », *Savoir/Agir*, n° 46, <https://www.cairn.info/revue-savoir-agir-2018-4-page-11.htm#no9>.
- Commission Nationale Consultative des Droits de l'Homme (2021), *La Lutte contre le racisme, l'antisémitisme et la xénophobie*, Paris, La Documentation française, https://www.cncdh.fr/sites/default/files/rapport_racisme2020_basse_def.pdf.
- Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (2020), *La Publicité politique sur les réseaux sociaux. Étude de la bibliothèque de Facebook pour les contenus sociaux, électoraux et politiques*, <https://www.csa.fr/content/download/259437/792334/version/1/file/La%20publicit%C3%A9%20politique%20sur%20les%20r%C3%A9seaux%20sociaux%20-%20%C3%A9tude%20de%20la%20biblioth%C3%A8que%20de%20Facebook%20pour%20les%20contenus%20sociaux%2C%20%C3%A9lectoraux%20et%20politiques.pdf>.
- Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (2021), *Baromètre de la représentation de la société française. Vague 2020*, <https://www.csa.fr/content/download/260677/818392/version/1/file/Barom%C3%A8tre%20de%20la%20repr%C3%A9sentation%20de%20la%20soci%C3%A9t%C3%A9%20fran%C3%A7aise%20-%20Vague%202020.pdf>.
- Coulomb-Gully, Marlène (2019), « Des femmes, du genre et des médias : stéréotypes à tous les étages », *La Revue des médias*, <https://larevuedesmedias.ina.fr/des-femmes-du-genre-et-des-medias-stereotypes-tous-les-etages>.
- Coulomb-Gully, Marlène (2020), « Médias : en période de crise, les femmes à la trappe », *Mondes sociaux*, <https://sms.hypotheses.org/24909>.
- Council of Europe Commissioner for Human Rights (2019), *Memorandum on maintaining public order and freedom of assembly in the context of the « yellow vest » movement in France*, <https://rm.coe.int/commdh-2019-8-memorandum-france-en/1680932f57>.
- Défenseur des droits (2021), *Rapport annuel d'activité 2020*, https://www.defenseurdesdroits.fr/sites/default/files/atoms/files/ddd_rapport-annuel-2021_20220705.pdf.
- Dejean, Sylvain, Lumeau, Marianne, Peltier, Stéphanie, Petters, Lorreine (2021), « La consommation d'informations en France. Quelle place pour la télévision ? », *Réseaux*, n° 229, 43-74, <https://www.cairn.info/revue-reseaux-2021-5-page-43.htm?contenu=article>.
- Dejean, Sylvain, Lumeau, Marianne, Peltier, Stéphanie, Petters, Lorreine (2022), *Les Français et les médias. Rapport de recherche*, rapport universitaire, ANR Pluralisme de l'information en ligne (PIL), http://www.anr-pil.org/wp-content/uploads/2022/01/Les-Franc%CC%A7ais-et-les-me%CC%81dias_10janvier22-VF.pdf.
- Derieux, Emmanuel (2018), *Droit des médias. Droit français, européen et international*, Paris, LGDJ.

- Doukhan, David, Uro, Rémi (2020), « Pendant le confinement, le temps de parole des femmes a baissé à la télévision et à la radio », *La Revue des médias*, <https://larevuedesmedias.ina.fr/temps-parole-femmes-hommes-confinement-tv-radio>.
- Doutreix, Marie-Noëlle, Barbe, Lionel (2019), « Légitimer et disqualifier : les Fake News saisies comme opportunité de normalisation du champ journalistique », *Études de communication*, n° 53, <https://www.cairn.info/revue-etudes-de-communication-2019-2-page-49.htm?contenu=article>.
- Dupuy, Camille (2016), *Journalistes, des salariés comme les autres ?*, Rennes, Presses universitaires de Rennes, <https://books.openedition.org/pur/73956?lang=fr>.
- European Federation of Journalists (2021), *Sustainable Innovative Journalism and New Business Models*, https://europeanjournalists.org/wp-content/uploads/2021/07/EFJ-INNOVAT2021-WEB_pages.pdf.
- Fondation Jaurès, Média'Pi! (2021), *Enquête auprès des sourds, malentendants et signants*, <https://www.jean-jaures.org/wp-content/uploads/2021/11/Aupres-des-sourds.pdf>.
- Fontaine, Sandrine, Savry-Cattan, Simon, Villetelle, Cécile (2017), *Les Poursuites stratégiques affectant le débat public. Quelle régulation face au phénomène des poursuites-bâillons en France ?*, Rapport de recherche, Paris, Clinique de l'École de Droit de Sciences Po.
- Foucart, Stéphane, Horel, Stéphane, Laurens, Sylvain (2020), *Les Gardiens de la raison. Enquête sur la désinformation scientifique*, Paris, La Découverte, <https://www.cairn.info/les-gardiens-de-la-raison--9782348046155.htm>.
- Frisque, Cégolène (2013), « Multiplication des statuts précaires et (dé)structuration de l'espace professionnel », *Sur le journalisme*, vol. 2, n° 2, <http://www.surlejournalisme.kingghost.net/rev/index.php/slj/article/view/94/209>.
- Francis, Guy (2018), « Reworld Media, un groupe de presse contre le journalisme », *Acrimed*, <https://www.acrimed.org/Reworld-Media-un-groupe-de-presse-contre-le>.
- Guibert, Gêrôme, Rebillard, Franck, Rochelandet, Fabrice (2016), *Médias, culture et numérique. Approches socioéconomiques*, Paris, Armand Colin.
- Guignard, Thomas (2019), « Données personnelles et plateformes numériques : sophistication et concentration du marché publicitaire », *Tic & société*, vol. 13, n° 1-2, <https://journals.openedition.org/ticetsociete/3377>.
- Haut Conseil à l'égalité entre les femmes et les hommes (2021), *Rapport annuel 2020-2021 sur l'état du sexisme en France*, <https://www.vie-publique.fr/sites/default/files/rapport/pdf/282528.pdf>.
- Institut National de la Statistique et des Études Économiques (2022a), « Bilan démographique 2021 », <https://www.insee.fr/fr/statistiques/6024136?sommaire=6036447>.
- Institut National de la Statistique et des Études Économiques (2022b), « L'essentiel sur... les immigrés et les étrangers », <https://www.insee.fr/fr/statistiques/3633212>.
- Institut National de la Statistique et des Études Économiques (2022c), « Comptes nationaux trimestriels – première estimation – quatrième trimestre 2021 »,

<https://www.insee.fr/fr/statistiques/6043822>.

- Joly, Laurent (2022), *La Falsification de l'histoire. Éric Zemmour, l'extrême droite, Vichy et les juifs ?* Paris, Grasset.
- Joux, Alexandre (2017), « Stratégies de marques et stratégies éditoriales du Groupe Figaro. Du portail à l'écosystème intégré par le *Data Management* », *Réseaux*, n° 205, <https://www.cairn.info/revue-reseaux-2017-5-page-117.htm>.
- Joux, Alexandre (2020a), « Droits voisins et rémunération des éditeurs : les rapports dupliques des plateformes et de la presse », *La Revue européenne des médias et du numérique*, n° 53, <https://la-rem.eu/2020/05/droits-voisins-et-remuneration-des-editeurs-les-rapports-dupliques-des-plateformes-et-de-la-presse/>.
- Joux, Alexandre (2020b), « Presse et plateformes : il sera difficile de faire payer pour un droit voisin », *La Revue européenne des médias et du numérique*, n° 54bis-55. Retrieved from <https://la-rem.eu/2020/11/presse-et-plateformes-il-sera-difficile-de-faire-payer-pour-un-droit-voisin/>.
- Joux, Alexandre (2021), « Télévisions locales : après l'échec de Vià, la presse à l'affût », *La Revue européenne des médias et du numérique*, n° 57-58, <https://la-rem.eu/2021/10/televisions-locales-apres-lechec-de-via-la-presse-a-laffut/>.
- Joux, Alexandre, Bassoni, Marc (2018), « Le journalisme saisi par les Big Data ? Résistances épistémologiques, ruptures économiques et adaptations professionnelles », *Les Enjeux de l'information et de la communication*, vol. 19, n° 2, p. 135-134, <https://www.cairn.info/revue-les-enjeux-de-l-information-et-de-la-communication-2018-2-page-125.htm>.
- Kaciaf, Nicolas (2020), « Faire rendre des comptes. Les conditions d'investigation journalistique à l'échelle locale », *Politiques de communication*, n° 15, <https://www.cairn.info/revue-politiques-de-communication-2020-2-page-139.htm>.
- Kamina, Pascal (2016), *La Concentration des médias en France*, in *La propriété des médias. Réalités du marché et réponses réglementaires*, Observatoire européen de l'audiovisuel/European Council, <https://rm.coe.int/propriete-des-medias-realites-du-marche-et-reponses-reglementairese/168078996d>.
- La Croix & Kantar Public (2022), *La confiance des Français dans les médias. Baromètre La Croix/Kantar Public – one point*, <https://www.meta-media.fr/2022/01/20/barometre-kantar-la-croix-les-medias-attendus-comme-acteurs-de-la-democratie.html>.
- Lafon, Benoît (2021), « Identités télévisuelles. Les stratégies de marque des groupes de télévision face à l'extension du domaine médiatique (TF1, France Télévisions, Canal+, M6) », *Réseaux*, n° 230, p. 39-80, <https://www.cairn.info/revue-reseaux-2021-6-page-39.htm?contenu=article>.
- Le Diberder, Alain (2019), *La Nouvelle économie de l'audiovisuel*, Paris, La Découverte, <https://www.cairn.info/la-nouvelle-economie-de-l-audiovisuel--9782348042942.htm>.
- Leroux, Juliette, Lalloué, Julie, Cristancho, Diana (2019), *Secret des affaires et procédures stratégiques. Guide pratique*, Université de Nanterre/Clinique du droit, <https://onnesetairapas.org/IMG/pdf/guide-pratique-euclid2019.pdf>.
- Lévrier, Alexis (2019), « Journalistes et politiques : l'impossible divorce », *La Revue des médias*,

<https://larevuedesmedias.ina.fr/journalistes-et-politiques-limpossible-divorce>.

- Lyubareva, Inna, Rochelandet, Fabrice (2017), « Modèles économiques, usages et pluralisme de l'information en ligne », *Réseaux*, n° 205, <https://www.cairn.info/revue-reseaux-2017-5-page-9.htm>.
- Maison des Lanceurs d'Alerte (2020), *Appel à la Commission européenne : les poursuites-bâillons doivent cesser !*, <https://mlalerte.org/appel-a-la-commission-europenne-les-poursuites-baillons-doivent-cesser-anti-slapp-measures/>.
- Mallet-Poujol, Nathalie (2020), « Secret des affaires, lanceurs d'alerte et risques d'autocensure : approche juridique », *Communications*, no 106, <https://www.cairn.info/revue-communications-2020-1-page-175.htm>.
- Mattelart, Tristan (2020), « Comprendre la stratégie de Facebook à l'égard des médias d'information », *Sur le journalisme*, vol. 9, n° 1, <http://www.surlejournalisme.kingghost.net/rev/index.php/slj/article/view/415>.
- Mercier, Arnaud, Amigo, Laura (2021), « Tweet injurieux et haineux contre les journalistes et les "merdias" », *Mots, les langages du politique*, n° 125, p. 73-91, <https://www.cairn.info/revue-mots-2021-1-page-73.html>.
- Mission d'information sur l'application du droit voisin au bénéfice des agences, des éditeurs et professionnels du secteur de la presse (2022), *Rapport d'information*, https://www.assemblee-nationale.fr/dyn/15/rapports/dv/l15b4902_rapport-information#.
- Neihouser, Marie (2018), « La reproduction 2.0. Les inégalités de position des journalistes blogueurs dans le champ journalistique », *Savoir/Agir*, n° 46, <https://www.cairn.info/revue-savoir-agir-2018-4-page-51.htm>.
- Noiriel, Gérard (2019), *Le Venin dans la plume : Édouard Drumont, Éric Zemmour et la part sombre de la République*, Paris, La Découverte.
- Ouakrat, Alan (2020), « Négocier la dépendance ? Google, la presse et le droit voisin », *Sur le journalisme*, vol. 9, n° 1, <http://www.surlejournalisme.kingghost.net/rev/index.php/slj/article/view/416>.
- Perrot, Anne, Emmerich, Mathias, Jagorel, Quentin (2020), *Publicité en ligne : pour un marché à armes égales*, Cour des comptes, <https://www.vie-publique.fr/sites/default/files/rapport/pdf/277709.pdf>.
- Posetti, Julie, Aboulez, Nermin, Bontcheva, Kalina, Harrison, Jackie, Waisbord, Silvio (2021), *Online Violence Against Women Journalists : A Global Snapchat of Incidence and Impacts*, Paris, UNESCO, <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000375136>.
- Quadrature du Net (la) (2021), *Les GAFAM échappent au RGPD, la CNIL complice*, <https://www.laquadrature.net/2021/05/25/les-gafam-echappent-au-rgpd-avec-la-complicite-de-la-cnil/>.
- Raynaud, Philippe, Didier, Isabelle (2018), « Production automatique de textes : l'IA au service des journalistes », *La Revue des médias*, <https://larevuedesmedias.ina.fr/production-automatique-de-textes-lia-au-service-des-journalistes>.
- Rebillard, Franck, Loicq, Marlène (2013), « Intervention des pouvoirs publics et recherches sur le

- pluralisme et la diversité en France », in Franck Rebillard & Marlène Loicq (eds), *Pluralisme de l'information et media diversity*, Bruxelles, De Boeck, <https://www.cairn.info/pluralisme-de-l-information-et-media-diversity--9782804182328-page-79.htm>.
- Rebillard, Franck (2020), « Funding Print and Online New Media in France. Developments and challenges », in Loïc Ballarini (ed.), *The Independence of the News. Media Francophone Research on Media, Economics and Politics*, London, Palgrave MacMillan, p. 7-17, https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-34054-4_2.
 - Rebillard, Franck, Smyrnaio, Nikos (2019), « How Infomediation Platforms Took Over the News : A Longitudinal Perspective », *The Political Economy of Communication*, vol. 7, n° 1, <https://www.polecom.org/index.php/polecom/article/view/103>.
 - Rebillard, Franck, Smyrnaio, Nikos (2021), « En France comme en Australie, l'information à l'épreuve de sa plateformisation », *La Revue des médias*, <https://larevedesmedias.ina.fr/france-australie-information-google-facebook-plateformisation>.
 - Reporters sans frontières (2021a), « Investigative reporter's car sabotaged in Brittany », <https://rsf.org/en/news/investigative-reporters-car-sabotaged-brittany>.
 - Reporters sans frontières (2021b), *Le Système B. L'information selon Vincent Bolloré*, documentaire, <https://www.youtube.com/watch?v=NiLrN7QBnDE>.
 - Reporters sans frontières (2021c), *Sexism's Toll on Journalism*, https://rsf.org/sites/default/files/sexisms_toll_on_journalism.pdf.
 - Rimbart, Pierre (2014), « Projet pour une presse libre », *Le Monde diplomatique*, <https://www.monde-diplomatique.fr/2014/12/RIMBERT/51030>.
 - Roman, Diane (2021), « Entre ordre public et protection de la santé, le tour de passe-passe sanitaire », *Esprit*, <https://esprit.presse.fr/actualites/diane-roman/entre-ordre-public-et-protection-de-la-sante-le-tour-de-passe-passe-sanitaire-43509>.
 - Rouquette, Sébastien (2018), « Déterminer la stratégie d'un site Internet. L'exemple de tripadvisor.fr et du figaro.fr », in S. Rouquette (ed.), *Site Internet : audit et stratégie*, Bruxelles, De Boeck, p. 77-105, <https://www.cairn.info/site-internet-audit-et-strategie--9782807306646-page-77.htm>.
 - Schlegel, Jean-Louis (2021), « Vers une dictature sanitaire ? », *Esprit*, <https://esprit.presse.fr/actualites/jean-louis-schlegel/vers-une-dictature-sanitaire-43592>.
 - Sebbah, Brigitte, Sire, Guillaume, Smyrnaio, Nikos (2020), « Journalism and Platforms : From Symbiosis to Dependency », *Sur le journalisme*, vol. 9, n° 1, p. 12-16, <https://revue.surlejournalisme.com/slj/article/view/414/382>.
 - Sécail, Claire (2022), *L'Élection présidentielle 2022 vue par Cyril Hanouna. La pré-campagne*, <https://lesfocusdulcp.files.wordpress.com/2022/01/synthecc80setpmp-1.pdf>.
 - Sedel, Julie (2019), « Les dirigeant·e·s de médias. Sociologie d'un "espace carrefour" », *Sociétés contemporaines*, n° 113, <https://www.cairn.info/revue-societes-contemporaines-2019-1-page-13.htm>.

- Sedel, Julie (2021), *Dirigeants de médias, sociologie d'un groupe patronal*, Rennes, Presses universitaires de Rennes.
- Sénat (2022a), *Rapport fait au nom de la commission d'enquête afin de mettre en lumière les processus ayant permis ou pouvant aboutir à une concentration dans les médias en France et d'évaluer l'impact de cette concentration dans une démocratie*, t. 1 : *Rapport*, http://www.senat.fr/fileadmin/Fichiers/Images/commission/affaires_culturelles/CEmedias/r21-593-11.pdf.
- Sénat (2022b), *Rapport fait au nom de la commission d'enquête afin de mettre en lumière les processus ayant permis ou pouvant aboutir à une concentration dans les médias en France et d'évaluer l'impact de cette concentration dans une démocratie*, t. 2 : *Comptes-rendus*, http://www.senat.fr/fileadmin/Fichiers/Images/commission/affaires_culturelles/CEmedias/r21-593-21.pdf.
- Smyrnaio, Nikos (2020), « Le confinement n'a pas révolutionné l'espace public numérique, mais il a accéléré sa transformation », *INA Global*, <https://www.inaglobal.fr/confinement-coronavirus-usages-numerique-medias-espace-public>.
- Société Civile des Auteurs Multimedia (2019), *Journaliste : auteur ou fournisseur de contenus*, https://www.scam.fr/Portals/0/Contenus/documents/Dossiers/2019/Journaliste_livreBlanc.pdf?ver=2019-03-13-104405-040.
- Sonnac, Nathalie, Eutrope, Xavier (2021), « La fusion de TF1 et M6 accélère le chamboulement du paysage audiovisuel », *La Revue des médias*, <https://larevuedesmedias.ina.fr/tf1-m6-television-groupes-fusion-concentration-paysage-audiovisuel>.
- Syndicat de la presse indépendante d'information en ligne (2019), « Les droits voisins sont une chimère : place à une régulation ambitieuse », <https://www.spiil.org/s/position/les-droits-voisins-sont-une-chim-re-place-une-r-gulation-ambitieuse-20Y2o00000g3SQEAY>.
- Transparency International (2021), « Communiqué / Protection des lanceurs d'alerte », <https://transparency-france.org/actu/communiqu-e-protection-des-lanceurs-dal-erte-ce-qui-arrive-a-la-proposition-de-loi-waserman-illustre-labsence-de-volonte-de-l-executif-de-lutter-efficacement-contre/>.
- Voisard, Anne-Marie (2016), « Poursuites-bâillons : la liberté d'expression en procès », *Revue Projet*, n° 353, <https://www.cairn.info/revue-projet-2016-4-page-59.htm>.
- Wekstein-Steg, Isabelle, Gouazé, Amélie (2021), « Fusion du CSA et de la HADOPI : l'ARCOM aura-t-elle les moyens de ses ambitions ? », *Dalloz Actualité*, <https://www.dalloz-actualite.fr/flash/fusion-du-csa-et-de-hapodi-l-arcom-aura-t-elle-moyens-de-ses-ambitions>.

Entretiens réalisés en 2021-2022

- **Jean-Marie Charon (4 janvier 2022)**

Sociologue au CNRS, associé au Centre d'étude des mouvements sociaux de l'EHESS, ancien enseignant de sociologie des médias au Centre de formation des journalistes, il a travaillé comme spécialiste des médias pour le ministère de la Culture à la fin des années 1990. Depuis plusieurs années, il fait un travail de veille sur les évolutions de la profession (sociologie, types de contrat, conditions de travail, contenus produits).

- **Emmanuelle Dal'Secco (10 décembre 2021)**

Rédactrice en chef du magazine en ligne *Handicap.fr*, membre du comité de rédaction Handicap de l'ARCOM.

- **Jean-Philippe Foegle (2 février 2021)**

Expert légal auprès de la Maison des lanceurs d'alerte, sa thèse porte sur ces questions.

- **Marlène Loicq (20 janvier 2021)**

Maîtresse de conférences à l'université Paris-Est Créteil, au sein de l'École supérieure du professorat et de l'éducation. Elle est spécialiste de l'éducation aux médias en France, pour y avoir notamment consacré sa thèse de doctorat, et avoir participé dans de nombreux projets de recherche sur la question.

- **Arnaud Mercier (11 janvier 2021)**

Professeur en sciences de l'information et de la communication à l'Institut français de presse (université Panthéon-Assas), spécialiste de la communication politique et des médias.

- **Emmanuel Poupard (6 janvier 2022)**

Premier secrétaire du Syndicat national de la presse depuis 2019, journaliste au *Courrier de l'Ouest* (groupe SIPA / Ouest-France), où il a travaillé en 1999 et de nouveau depuis 2002. Entretemps, il a également travaillé pour *Ouest-France* (1998-99) et *La Dépêche du Midi* (2000-02).

- **Pierre Rimbert (19 janvier 2021)**

Directeur adjoint de la rédaction du *Monde diplomatique* depuis 2010, membre d'Acrimed.

- **Virginie Sassoon (10 octobre 2021)**

Directrice adjointe du CLÉMI, elle fut membre de l'observatoire « Médias et éducation » du CSA de 2017 à 2020. Sa thèse de doctorat en sciences de l'information et de la communication, était consacrée à la presse féminine noire. Elle enseigne à l'Institut français de Presse (Université Panthéon-Assas) et au CELSA.

Remerciements

Pour le temps consacré à les conseiller, les informer et leur offrir des retours sur leur travail, les auteurs du rapport souhaitent saluer les membres de l'équipe française du MPM Lucien Castex, Inna Luybareva, Alan Ouakrat et Fabrice Rochelandet, les membres du groupe d'experts Romain Badouard, Jean-Christophe Boulanger, Anne Grand d'Esnon, Emmanuel Poupard et Virginie Sassoon, ainsi que les professionnels, journalistes, représentants de syndicats, membres d'ONG et chercheurs qui ont offert leur temps pour des entretiens, des commentaires et des conseils.

Bien sûr, ils souhaitent également remercier l'ensemble de l'équipe du CMPF pour leur confiance et leurs perspectives sur ces questions complexes, et notamment Marie Palmer, qui a de nouveau démontré toute sa compétence et tout son dévouement.

ANNEXE I. EQUIPE PAYS

Prénom	Nom	Statut	Institution	MPM2022 CT Leader
<i>Franck</i>	<i>Rebillard</i>	<i>Professeur</i>	<i>IRMÉCCEN - Université Sorbonne Nouvelle</i>	X
<i>Jedediah</i>	<i>Sklower</i>	<i>Assistant de recherche</i>	<i>IRMÉCCEN - Université Sorbonne Nouvelle</i>	
<i>Lucien</i>	<i>Castex</i>	<i>Chercheur associé</i>	<i>IRMÉCCEN - Université Sorbonne Nouvelle</i>	
<i>Inna</i>	<i>Lyubareva</i>	<i>Maîtresse de conférences</i>	<i>LEGO - IMT Atlantique</i>	
<i>Alan</i>	<i>Ouakrat</i>	<i>Maître de conférences</i>	<i>IRMÉCCEN - Université Sorbonne Nouvelle</i>	
<i>Fabrice</i>	<i>Rochelandet</i>	<i>Professeur</i>	<i>IRCAV - Université Sorbonne Nouvelle</i>	

ANNEXE II. GROUPE D'EXPERTS

Le Groupe d'experts est composé de spécialistes et de professionnels reconnus du champ médiatique. Le rôle de ce groupe fut de réviser les réponses apportées par l'équipe à 16 des 200 variables du MPM2022. Le recours à ces experts avait pour objectif de maximiser l'objectivité des réponses apportées aux variables dont l'évaluation pouvait être considérée comme subjective, et ainsi de renforcer l'exactitude des résultats définitifs du MPM. Toutefois, il est important d'insister sur le fait que le rapport final de chaque pays ne reflète pas nécessairement les vues personnelles des experts qui ont offert leur concours. Il ne représente que celles de l'équipe pays ayant collecté les données et plus particulièrement des auteurs du rapport.

Prénom	Nom	Statut	Institution
<i>Jean-Christophe</i>	<i>Boulangier</i>	<i>Président</i>	<i>Syndicat de la presse indépendante d'information en ligne (SPIIL)</i>
<i>Romain</i>	<i>Badouard</i>	<i>Maître de conférences</i>	<i>Institut français de presse / Université Panthéon-Assas</i>
<i>Emmanuel</i>	<i>Poupard</i>	<i>Secrétaire général</i>	<i>Syndicat national des journalistes (SNJ)</i>
<i>Virginie</i>	<i>Sassoon</i>	<i>Directrice adjointe</i>	<i>Centre pour l'Éducation aux médias et à l'information (CLÉMI)</i>
<i>Anne</i>	<i>Grand d'Esnon</i>	<i>Membre</i>	<i>ARCOM (ex-CSA)</i>

Rapport du projet de recherche

Publication -
Juillet 2022

doi:10.2870/41304
ISBN:978-92-9466-279-8
QM-08-22-238-FR-N



Publications Office
of the European Union

