

Marie-Christine Saragosse : « Pour France 24, l'OTT est encore loin de se substituer au marché câble et satellite »

Le 1^{er} septembre, la chaîne France Info a fêté ses 5 ans. L'occasion, pour France Télévisions, Radio France, France Médias Monde et l'INA d'annoncer « *le renforcement de leurs coopérations dans le domaine de l'information* », et notamment l'allongement - jusqu'à 6 h 30 - de la diffusion de France 24 qui fournit 1/3 des programmes de la chaîne chaque jour, sur le canal 27, permettant à France Info d'être « *la seule chaîne en direct la nuit* ».

Plus tôt dans l'année, l'extension progressive de la couverture en DAB+ avait permis à RFI de compléter sa fréquence FM parisienne (89 FM) par des émetteurs à Lille, Lyon, Marseille, Strasbourg, Bordeaux et Toulouse, et à MCD (Monte Carlo Doualiya, la radio française de service public en langue arabe) d'être désormais présente à Marseille et en Ile-de-France.

Si France Médias Monde (FMM) accroît ainsi sa disponibilité en métropole, son enjeu principal réside naturellement dans le renforcement continu de son rayonnement à l'international.

Quatre ans presque jour pour jour après avoir été lancée, le 26 septembre 2017, l'antenne hispanophone de France 24 double son temps de diffusion quotidienne ce jeudi 24 septembre. Elle sera désormais disponible 24 heures sur 24 comme l'étaient déjà les versions en français, en anglais et en arabe.

Mais face à la concurrence des innombrables chaînes d'informations nationales et internationales, FMM doit aussi s'assurer de pouvoir être vu ou entendu sur les cinq continents.

Conserver ses positions sur les réseaux historiques, d'abord : câble et satellite, dont sa présidente Marie-Christine Saragosse rappelle qu'ils sont encore largement dominants, par exemple, aux Etats-Unis, ou la TNT, deuxième mode de réception de France 24 en Afrique avec 8,4 millions de foyers représentant près de 20 % de sa distribution sur le continent. Depuis le printemps dernier, France 24 est présente dans 16 millions de foyers supplémentaires en Inde, grâce à l'accord signé avec le 2^e opérateur du pays, Airtel. Au même moment, la chaîne a démarré sa diffusion sur la TNT à Kinshasa (Congo), portant à 33[1] le nombre des Etats africains qui en assurent la reprise dans leurs bouquets de TNT publics ou privés.

En parallèle, le groupe doit renforcer sa présence dans les autres environnements numériques : sites, applications ou réseaux sociaux, mais aussi téléviseurs connectés, clés HDMI et autres box OTT. Après s'être fait les dents en intégrant les terminaux ROKU, Apple TV, Android TV, ou encore les smart TV Philips, Haier

et Sharp, FMM a signé mi-juin avec LG et Samsung, soit « 18 % du marché mondial et 200 millions d'écrans sur les cinq continents ».

Veillez utiliser le formulaire pour vous connecter

Vous souhaitez être abonné ? envoyez nous un email

Vous avez oublié votre mot de passe ?

Se connecter