

05 – 2021

ÉTUDE

**Élections européennes
et Covid-19 :
quelle visibilité de
l'Union européenne dans
les journaux télévisés ?**

_ Fanny Hervo _ Théo Verdier

ina

Fondation
Jean Jaurès
ÉDITIONS

Fanny Hervo est responsable du plaidoyer au Mouvement européen-France. Juriste en droit international et européen, elle se spécialise en politiques publiques européennes après une expérience au Parlement européen.

Théo Verdier est expert associé à la Fondation Jean-Jaurès, où il se consacre au suivi des questions européennes. Il est également vice-président du Mouvement européen-France en charge des campagnes d'opinion.

Introduction

Une évaluation dans la durée de la place accordée à l'Union européenne dans les médias audiovisuels français

La présente étude constitue le troisième volet des travaux commencés en 2019 sur la médiatisation de l'Union européenne dans les médias audiovisuels français¹. Nos précédentes publications ont notamment permis de démontrer que l'actualité propre à l'Union européenne était sujette à une médiatisation restreinte dans les programmes d'information des principales chaînes de télévision et stations de radios. Pour illustrer cette carence, on peut rappeler un chiffre : seuls 3 % du temps d'antenne des journaux télévisés et radios ont été consacrés aux questions européennes² sur la période 2016-2017.

Depuis la publication de ces travaux³, la nature de l'actualité communautaire a évolué au fil d'un double mouvement. Une évolution institutionnelle naturelle tout d'abord, à la suite des élections européennes avec la prise de fonction à l'été 2019 de nouveaux dirigeants pour l'ensemble de ses institutions⁴, et une évolution conjoncturelle, ensuite, avec la crise liée à la Covid-19. La pandémie a amené l'Union euro-

péenne à construire une réponse rapide à plusieurs défis importants.

Au cours de l'année 2020, l'échelon institutionnel européen a lancé plusieurs actions inédites de par leur ampleur ou les domaines concernés. La Banque centrale européenne (BCE) a facilité l'endettement des États à travers un nouveau programme de rachat d'obligations. La Commission européenne et les instances intergouvernementales travaillent à la coordination de la réponse sanitaire et des questions frontalières. Et ce, face à des mesures de restrictions des déplacements qui entrent en friction avec les principes de la libre circulation ou encore avec le fonctionnement du marché unique comme on l'a vu avec les masques et les respirateurs au début de la crise. L'Union européenne prend également à sa charge le financement du plan de relance européen à travers un endettement commun aux vingt-sept pays membres remboursé par le biais de nouvelles ressources propres telles que la contribution plastique et une potentielle taxe carbone aux frontières de l'Union européenne⁵. Enfin, la Commission européenne coordonne la stratégie vaccinale des vingt-sept, ayant passé les commandes pour les pays membres auprès de laboratoires et assurant un contrôle sur l'approvisionnement des doses.

1. Ce texte suit ainsi la publication de la note de Rémy Broc et Théo Verdier, *L'Union européenne, grande absente des journaux télévisés* (Fondation Jean-Jaurès, 17 mars 2019) et du rapport de Rémy Broc, Rémi Lauwerier et Théo Verdier, *Renforcer l'information des Français sur l'Europe : le défi du cycle européen 2019-2024* (Fondation Jean-Jaurès, 3 décembre 2019).

2. Pour aller plus loin, voir le rapport de Rémy Broc, Rémi Lauwerier et Théo Verdier, *Renforcer l'information des Français sur l'Europe : le défi du cycle européen 2019-2024*, *op.cit.*

3. Les dernières données publiées sur les journaux télévisés concernent l'année 2018 : voir Rémy Broc et Théo Verdier, *L'Union européenne, grande absente des journaux télévisés*, *op.cit.*

4. Ursula von der Leyen devient présidente de la Commission européenne avant que l'ensemble du collège des commissaires soit renouvelé, Charles Michel devient président du Conseil européen, David Sassoli devient président du Parlement européen et Christine Lagarde devient présidente de la Banque centrale européenne.

5. Six nouvelles ressources propres sont prévues à terme. La contribution plastique est déjà entrée en vigueur et les députés européens se sont positionnés sur les grands principes qu'ils souhaitent voir adopter pour la mise en place d'une taxe carbone européenne. Pour aller plus loin, voir Derek Perrotte, « Taxe carbone : le Parlement européen lance l'offensive », *Les Échos*, 9 mars 2021.

Un regard sur la médiatisation de l'Union européenne entre 2015 et 2020 complété par l'étude de la couverture des élections européennes et de la crise sanitaire

Cette nouvelle donne européenne rencontrera bientôt une actualité revêtant un fort caractère national : la France est à la veille d'occuper le siège de la présidence du Conseil de l'Union européenne au premier semestre 2022. Une période où elle entend conclure les travaux de la Conférence sur l'avenir de l'Europe, qui doit faire émerger un consensus sur les transformations institutionnelles à mettre en œuvre au sein de l'appareil communautaire.

Une actualisation des données pour les années 2019 et 2020 nous a donc semblé plus qu'opportune. Il s'agit de comprendre ce que les Français ont pu percevoir de l'actualité de l'Union européenne dans cette période. Quelle image a-t-on donnée et quelle action de l'Union européenne a-t-on montrée à travers l'information télévisée ? En 2019, quel écho les Français ont eu des élections européennes et de ses retombées politiques à travers les journaux télévisés ? En 2020, quel regard les rédactions de JT ont-elles porté sur le volet européen de la gestion de la pandémie et de ses conséquences ?

Nos travaux portent sur le contenu des journaux télévisés du début de soirée de cinq chaînes traditionnelles (TF1, France 2, France 3, M6, Arte). En ce sens, il est utile de rappeler que la télévision constitue toujours le premier média des Français. 46 % d'entre eux privilégient le petit écran⁶ pour se tenir informé de l'actualité nationale et internationale. On peut également souligner que la demande d'information a été fortement stimulée en 2020 en raison de la pandémie et des périodes de confinement successives. Les programmes à caractère informatif ont ainsi représenté 23 % du visionnage total de l'offre télévisuelle française contre 15 % en 2019⁷. 21,2 millions de Français ont regardé les journaux télévisés chaque soir en 2020⁸.

En vue de compléter ce propos introductif, il nous semble important de rappeler que ces données sont

calculées sur une longue période afin d'illustrer ce que les Français perçoivent de l'actualité – celle de l'Union européenne en particulier. Elles ne préjugent en rien de la qualité du travail quotidien des différentes rédactions, engagées dans la production quotidienne d'un journal d'une durée moyenne de vingt-six minutes. Afin de prendre un peu de recul sur les résultats présentés ici et de présenter plus largement la stratégie des diffuseurs publics sur ce sujet, nous avons eu à cœur de présenter dans ces travaux l'intégralité des entretiens que nous avons réalisés avec Bruno Patino, président d'Arte, et Laurent Guimier, directeur de l'information de France Télévisions.

Note méthodologique

Les données présentées détaillent le traitement de l'actualité de l'Union européenne réalisé par une sélection de journaux télévisés. Ces données sont produites, stockées et gérées par l'Institut national de l'audiovisuel (INA), dont les équipes ont suivi la réalisation de la présente étude.

Pour les besoins de ces travaux, nous avons étudié pour chaque chaîne (TF1, France 2, France 3, M6, Arte) le traitement de l'actualité de l'Union européenne réalisé au sein de leurs journaux télévisés du soir, pour les années 2019 et 2020. Par ailleurs, afin d'analyser l'évolution du traitement de l'actualité européenne sur le temps long, nous avons étudié le ratio du nombre de sujets portant sur l'actualité de l'Union européenne en proportion de l'offre globale sur la période 2015-2020.

Les sujets de JT relevés au sein de l'étude sont ceux qui font mention à l'actualité propre à l'Union européenne, son action, ses institutions ou encore ses relations avec ses États membres.

L'ensemble des programmes étudiés sont détaillés dans le tableau ci-contre.

6. Voir « Baromètre de confiance dans les médias », *La Croix/Kantar*, 26 janvier 2021.

7. Voir « Le public et les médias, un lien renforcé pendant le confinement », *Mediamétrie*, 14 mai 2020.

8. Voir « L'année TV 2020 », *Mediamétrie*, 27 janvier 2021.

Tableau n°1
Détail des données étudiées

Médias	Journaux télévisés traditionnels
Détail des chaînes étudiées	TF1 France 2 France 3 M6 Arte
Programmes	Les éditions quotidiennes des programmes suivants : <ul style="list-style-type: none"> – le 20H de TF1 ; – le 20 heures de France 2 ; – le 19/20 édition nationale de France 3 ; – le 19:45 de M6 ; – <i>Arte Journal</i>.
Durée moyenne des programmes traités	26 minutes
Périodes	Du 3 janvier 2015 au 2 octobre 2020

Source : Fondation Jean-Jaurès et Institut national de l'audiovisuel.

Principaux résultats

3,6% des sujets de journaux télévisés consacrés à l'Union européenne entre 2015 et 2020, dans le contexte d'une médiatisation accrue des élections européennes

Afin de mieux comprendre les ressorts de la médiatisation de l'Union européenne, la présente étude étend le champ des analyses déjà réalisées par le passé. Nous procédons pour ce faire à l'analyse des JT diffusés entre 2015 et 2020 afin de comprendre l'évolution de la visibilité des questions européennes en fonction des événements qui animent sa vie publique sur les différentes chaînes.

Il ressort de notre étude que seuls 3,6 % des sujets des journaux télévisés ont été consacrés à l'actualité

propre à l'Union européenne entre 2015 et 2020. Un résultat qui chute à 2,5 % si on retire *Arte Journal* du panel. L'exposition des questions communautaires est d'ailleurs portée en grande partie par les chaînes du service public à travers le JT de la chaîne franco-allemande et le *20 heures* de France 2.

Nous avons constaté une tendance à une médiatisation de l'Union européenne accrue en périodes électorales. Au regard des données étudiées sur la période 2015-2020, la propension à traiter des enjeux européens a connu d'importants pics liés aux élections européennes. Ces dernières ont ainsi un effet amplificateur sur le traitement de l'actualité de l'Union européenne, avec des rédactions de plus en plus enclines à traiter de l'élection des eurodéputés entre les scrutins de 2009, 2014 et 2015, à l'exception du groupe TF1.

La stratégie vaccinale européenne absente de la couverture médiatique de l'Union européenne en 2020

Au premier semestre 2020, les journaux télévisés des chaînes traditionnelles se consacrent au suivi de la pandémie. 60 % de l'offre d'information globale du semestre traite de la diffusion du coronavirus et de ses conséquences. 80 % des sujets diffusés lors du premier confinement y font référence⁹. Dans le détail, cette transition vers les enjeux sanitaires se fait brusquement à partir de la fin du mois de février et s'amplifie à partir de la prise de parole d'Emmanuel Macron, le 13 mars.

Si les journaux télévisés informent largement leur audience sur les conséquences de la pandémie, y intègrent-ils une dimension européenne ? L'Union européenne s'est mobilisée à plusieurs titres au cours des premiers mois de la crise sur les enjeux sanitaires, frontaliers et économiques. Nos résultats tendent plutôt à démontrer qu'à l'image de l'ensemble des thématiques non concernées au premier chef par la

pandémie (relations internationales, société ou encore le sport, par exemple), la couverture des affaires européennes a été drastiquement réduite en 2020.

Pour les trois premiers semestres de l'année 2020, 2,3 % des sujets diffusés ont été consacrés aux enjeux européens, toutes chaînes confondues. Soit une baisse de 1,5 point par rapport à la moyenne annuelle. L'offre d'information sur l'Union européenne a même été drastiquement restreinte au sein des JT généralistes. Le 20H de TF1 mentionne l'actualité communautaire dans 1,1 % de ses sujets, ce ratio est de 1 % pour le 19:45 de M6. Autrement dit, seul un sujet sur cent des JT de TF1 et M6 évoque les enjeux relatifs à l'Union européenne sur la période. Le service public national fait tout juste un peu mieux avec 1,4 % des sujets sur France 3 et 1,7 % sur France 2. Arte se démarque avec 10,5 %, un résultat qui marque toutefois également une baisse de l'ordre de 4 points par rapport à l'année 2019 pour le JT de la chaîne franco-allemande.

Tableau n°2

Nombre de sujets faisant mention de l'actualité propre à l'Union européenne dans les journaux télévisés étudiés au cours des trois premiers trimestres de l'année 2020 (du 1^{er} janvier au 2 octobre), comparaison avec la moyenne de la période 2015-2020

	Actualité de l'Union européenne (Nombre de sujets)	Part de l'offre d'information globale (Proportion du nombre de sujets diffusés par les JT)	
		janvier-octobre 2020	Moyenne 2015-2020
TF1 (20H)	61	1,1 %	2,2 %
France 2 (20 heures)	90	1,7 %	3,7 %
France 3 (19/20)	50	1,4 %	2,5 %
M6 (19:45)	43	1,0 %	1,8 %
Arte (Arte Journal)	227	10,5 %	11,6 %
Total sujets (UE)	471	2,3 %	3,6 %

Source : Fondation Jean-Jaurès et Institut national de l'audiovisuel.

Note : La part de l'offre d'information globale (2,3 % en 2020, 3,6 % en 2015-2020) est calculée en fonction du nombre de sujets diffusés au global par l'ensemble des journaux télévisés étudiés.

9. Pour aller plus loin, voir l'étude détaillée de l'INA, Géraldine Poels et Véronique Lefort, « Covid-19 dans les JT : un niveau de médiatisation inédit pour une pandémie », La Revue des médias, 1^{er} octobre 2020.

Si l'offre d'information sur l'Union européenne est limitée en 2020, elle est consacrée majoritairement à l'impact de la pandémie sur l'Europe et aux mesures prises pour y faire face. Ainsi, 58 % des sujets de JT dédiés aux questions communautaires traitent de la Covid-19 et des conséquences de sa prolifération au premier semestre 2020. L'information télévisée relative à l'Union européenne se concentre alors principalement sur trois des dimensions européennes de la crise. L'impact économique de l'épidémie et la réponse budgétaire européenne représentent alors 22 % de l'offre d'information sur l'Union européenne. Par exemple, la proposition d'un plan de relance franco-allemand et l'annonce d'une enveloppe de 750 milliards d'euros par la Commission européenne génèrent 19 sujets de JT au mois de mai 2020. Suivent ensuite la mobilité et les enjeux frontaliers (27 % des sujets UE) puis la coordination de la réponse sanitaire (21 %). Le suivi de la pandémie a ainsi eu un aspect européen bien qu'il soit demeuré limité dans la part qu'il a occupée globalement au sein des JT.

Un sujet aujourd'hui largement discuté est toutefois absent de la couverture médiatique de l'Union européenne telle qu'effectuée en 2020 par les journaux télévisés : il s'agit de la stratégie vaccinale européenne. Au global, seuls 9 sujets de JT ont été proposés aux Français par les cinq chaînes du panel sur l'ensemble des trois premiers trimestres de 2020 à propos de l'action européenne pour la commande et

l'approvisionnement de vaccins. Aux mois de juillet et août 2020, alors que la Commission européenne fait plusieurs annonces dans ses échanges avec les laboratoires, dont le premier contrat d'achat anticipé auprès d'AstraZeneca, aucun sujet de JT ne fait état des négociations entre l'exécutif et les firmes pharmaceutiques.

La responsabilité de l'Union européenne a largement été engagée en 2021 dans le débat public sur la lenteur de la campagne de vaccination. Or, les retards du premier semestre de cette année sont les conséquences des actions prises en 2020 lors de la phase de financement de la recherche puis du passage des commandes. Il est ainsi intéressant de noter qu'au niveau national, les journaux télévisés ont collectivement peu traité du sujet à cette période.

Plusieurs facteurs peuvent expliquer cette faible exposition, à commencer par une difficulté pour la télévision d'illustrer le sujet de la vaccination avant l'arrivée effective des doses et les premières injections. Demeurent toutefois plusieurs questions : avons-nous été collectivement peu attentifs en ce qui concerne la commande des vaccins en France en 2020 ? Comment expliquer le faible traitement au sein des JT des thématiques européennes ? Un constat s'impose : les Français ont été très peu informés de l'avancée de la stratégie vaccinale européenne par les journaux télévisés, premiers médias auxquels ils ont recours pour l'information sur l'actualité nationale et internationale.

Vers une médiatisation croissante des élections européennes dans les journaux télévisés

Les Français ont tendance à se considérer comme les citoyens européens les moins bien informés sur les questions européennes¹⁰. À l'approche des élections européennes de mai 2019, cette lacune converge avec une difficile perception du fonctionnement de la démocratie européenne : en 2018, 56 % des Français déclaraient considérer que le qualificatif « démocratique » décrit bien l'Union européenne¹¹. Cette courte majorité place la France à l'avant-dernière place des pays membres de l'Union européenne, juste devant la Grèce, dans leur perception du fonctionnement de la démocratie européenne. La vision relativement négative – par rapport à nos voisins – de la politique européenne s'exprime également de manière latente par le manque de confiance de nos concitoyens envers l'Union européenne : les Français sont parmi les Européens les plus nombreux à déclarer ne pas lui faire confiance¹².

L'information des Français sur l'Union européenne apparaît ainsi d'autant plus importante à l'approche des élections européennes, seule échéance où les

Européens élisent directement des représentants ayant pour mandat exclusif de s'exprimer en leur nom au sein des institutions communautaires¹³. D'autant plus que, depuis 2014, la composition du Parlement européen devient un élément de l'équation politique amenant à la nomination du président de la Commission européenne. La visibilité qu'ont les Français sur les enjeux du scrutin constitue ainsi un enjeu clé pour créer une connexion entre les électeurs des européennes et l'opinion publique qui jugera l'action des décideurs européens à l'issue de leur mandat.

À ce titre, nous avons souhaité analyser la couverture réalisée par les JT des enjeux communautaires l'année des trois dernières élections européennes : en 2009, 2014 et 2019. En préambule, il faut toutefois noter que cette étude des JT donne une image partielle de la couverture du scrutin à la télévision, le retour à une unique circonscription nationale en 2019 ayant, par exemple, permis la tenue de débats entre les principales têtes de liste.

10. Voir *Les habitudes médiatiques dans l'Union européenne. Eurobaromètre standard 88*, rapport pour la Commission européenne, 15 mai 2018.

11. Voir *Eurobaromètre standard 90, automne 2018. L'opinion publique dans l'Union européenne*, Commission européenne, novembre 2018.

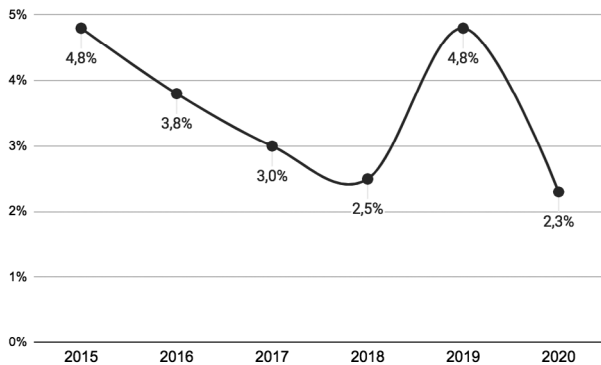
12. *Ibid.* 58 % des Français déclarent ne pas faire confiance à l'Union européenne, ce qui place notre pays juste devant la Grèce au sein des vingt-sept États membres (sans compter le Royaume-Uni, également testé dans l'enquête).

13. On peut toutefois considérer qu'ils sont également représentés par leurs chefs d'État et de gouvernement au sein du Conseil européen et les ministres au sein du Conseil de l'Union européenne. Il s'agit toutefois de représentants élus pour un mandat qui n'est pas exclusivement européen, à l'inverse des députés européens.

Les élections européennes : temps fort de la couverture de l'actualité de l'Union européenne

Graphique n°1

Part de l'offre d'information, en pourcentage du nombre de sujets diffusés, faisant mention de l'actualité propre à l'Union européenne, son action, ses institutions ou encore ses relations avec ses États membres dans les journaux télévisés du début de soirée des cinq chaînes du panel (TF1, France 2, France 3, M6, Arte) entre 2015 et 2020¹⁴



Source : Fondation Jean-Jaurès et Institut national de l'audiovisuel.

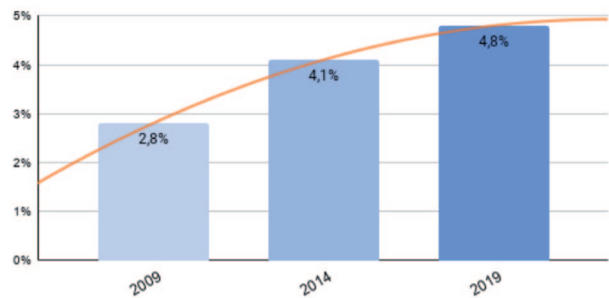
En premier lieu, nous avons analysé la visibilité de l'actualité de l'Union européenne dans les JT sur les cinq dernières années (2015-2020) afin de contextualiser les données issues d'années électorales. Il faut noter qu'entre 2015 et 2020, les journaux télévisés étudiés ont consacré en moyenne 3,6% de leurs sujets à l'actualité de l'Union européenne. On observe que ce résultat varie de manière significative avec deux pics en 2015 (4,8%) et 2019 (4,8%) et trois

années présentant une part égale ou inférieure à 3 % en 2017 (3 %), 2018 (2,5 %) et 2020 (2,3 %).

L'année 2015 constitue sur la période un cas particulier, centrée autour de la médiatisation de deux crises successives : la crise migratoire et la crise de la dette grecque¹⁵. Au-delà de ce cas spécifique, l'étude de la part d'information télévisée faisant mention à l'Union européenne dans les journaux télévisés révèle une corrélation entre les années d'élections européennes et l'augmentation du nombre de sujets portant sur les sujets communautaires ces mêmes années.

Graphique n°2

Proportion du nombre de sujets faisant mention de l'actualité européenne en périodes électorales (2009, 2014, 2019)



Source : Fondation Jean-Jaurès et Institut national de l'audiovisuel.

On observe ainsi une hausse significative de la part de sujets consacrés à l'actualité européenne au sein des journaux télévisés en périodes électorales, comme en témoignent les années d'élections européennes 2014 et 2019 où le ratio de sujets sur les enjeux communautaires dépasse le seuil des 4 %. À ce titre, il est intéressant d'observer qu'un taux non négligeable de l'information consacrée à l'Union européenne en périodes électorales est dédié aux seules échéances politiques. En effet, près de 30 % des

14. Une formule raccourcie de cette description sera utilisée dans les tableaux et graphiques suivants.

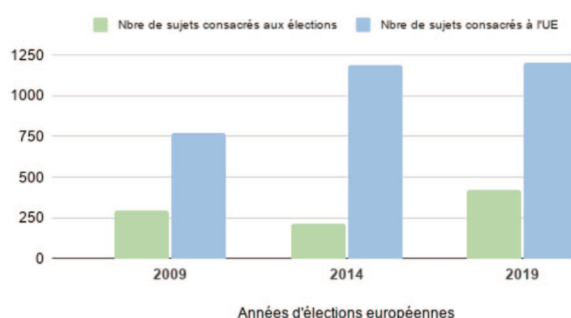
15. La part d'information consacrée à l'Union européenne atteint son pic le plus élevé (4,8 %) en 2015. Une hausse de 0,7 point par rapport à l'année 2014 qui semble s'expliquer par une forte actualité européenne centrée autour de deux crises. La première repose sur la gestion de la dette grecque et la remise en cause de l'appartenance du pays à l'Union européenne par le nouveau gouvernement en place à Athènes. La seconde tient à la politique migratoire européenne face à un afflux massif de demandeurs d'asile aux frontières extérieures de l'Union européenne. L'actualité européenne s'est ainsi concentrée sur des crises essentiellement méditerranéennes. On remarque que les journaux télévisés étudiés ont suivi cet agenda public européen en 2015, avec près de 50 % du nombre des sujets faisant mention de l'actualité de l'Union européenne portant sur la crise de la dette grecque. Et environ 30 % des sujets portant sur la crise migratoire. Ces thématiques ont occupé près de 80 % de l'actualité communautaire cette année-là.

sujets dédiés à l'Union européenne pour les années 2009 (38,5 %), 2014 (17,7 %) et 2019 (35,4 %) sont en moyenne consacrés aux élections européennes, soit près d'un tiers des sujets.

Des élections européennes de plus en plus relayées à la télévision

Graphique n°3

Nombre de sujets faisant mention de l'actualité propre à l'Union européenne et aux élections européennes dans les journaux télévisés étudiés



Source : Fondation Jean-Jaurès et Institut national de l'audiovisuel.

L'étude comparative des années d'élections européennes depuis 2009 témoigne de l'intérêt grandissant des rédactions pour l'Union européenne en périodes électorales. Entre 2009 et 2014, la part des sujets consacrés à l'Union européenne a ainsi augmenté d'un tiers, passant de 769 à 1 191 sujets pour l'année 2014. Une croissance qui se confirme pour l'année 2019 avec un total de 1 201 sujets, soit une très légère augmentation.

On observe par ailleurs que la part d'information portant uniquement sur les élections européennes a doublé entre 2014 et 2019 avec un écart de 17,7 %. En l'espace de dix ans, le nombre de sujets portant sur les élections européennes est ainsi passé de 296 à 425, soit une augmentation de près de 46 %.

Tableau n°3

Nombre de sujets faisant mention de l'actualité propre à l'Union européenne et aux élections européennes dans les journaux télévisés étudiés

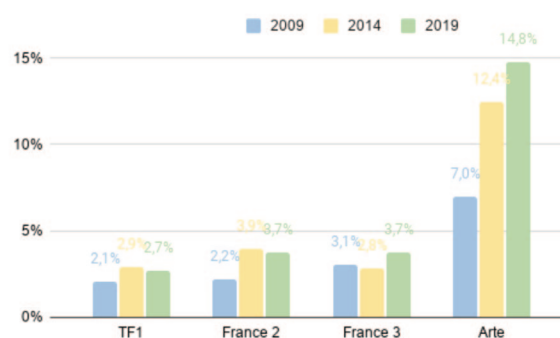
Années Scrutins européens	Élections européennes (nombre de sujets)	Actualité de l'Union européenne (nombre)	Part des sujets UE faisant mention des élections (%)
2009	296	769	38,5%
2014	211	1 191	17,7%
2019	425	1 201	35,4%
Total	932	3 161	29,5%

Source : Fondation Jean-Jaurès et Institut national de l'audiovisuel.

Arte et TF1 aux antipodes en années électorales

Graphique n°4

Proportion du nombre de sujets faisant mention de l'actualité propre à l'Union européenne dans les journaux télévisés étudiés en 2009, 2014 et 2019, années des élections européennes



Source : Fondation Jean-Jaurès et Institut national de l'audiovisuel.

Les journaux télévisés étudiés présentent historiquement un traitement différencié de l'actualité européenne en périodes électorales. De fait, la chaîne publique franco-allemande dépasse aisément ses concurrentes en termes de nombre de sujets dédiés à l'Union européenne sur les trois années étudiées.

En 2009, Arte consacre 7 % des sujets de son JT aux questions européennes contre 1,1 % pour M6, 2,1 % pour TF1 et 2,2 % pour France 2.

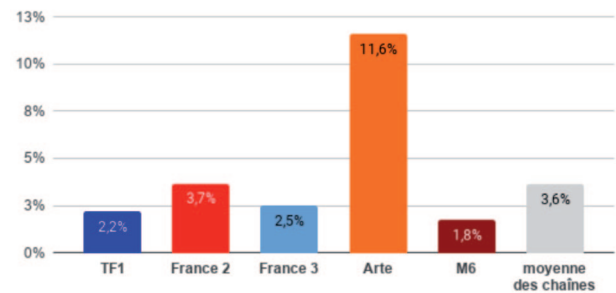
On constate néanmoins une augmentation générale du nombre de sujets consacrés à l'actualité de l'Union européenne entre 2009 et 2019, à l'exception de la chaîne TF1. Le 19:45 de la chaîne M6 affiche ainsi une augmentation constante entre 2009 et 2019, avec un nombre de sujets qui a été multiplié par quatre en dix ans. À l'inverse, le 20H de TF1, journal télévisé le plus regardé des Français avec 27 % de part d'audience pour la saison 2019-2020¹⁶, a vu son nombre de sujets consacrés à l'Union européenne diminuer en 2019 – après un pic à 2,9 % en 2014 –, le positionnant derrière France 3 et M6 pour l'année 2019. Le journal télévisé le plus regardé de l'audiovisuel public (le 20 heures de France 2, 21 % de part d'audience) a, quant à lui, augmenté sa part de sujets consacrés aux enjeux communautaires entre 2009 et 2019, malgré une légère baisse également constatée entre la couverture du sujet effectuée en 2014 et en 2019 (3,9 % contre 3,7 %, environ 100 sujets de moins sur l'année).

Un traitement différencié de l'actualité européenne selon les chaînes

La dynamique globale fait ainsi apparaître un accroissement de l'information sur l'Union européenne lors des années électorales ainsi qu'une progression générale des JT dans le temps entre les scrutins de 2009, 2014 et 2019. Il faut toutefois relever que les résultats divergent fortement en fonction des chaînes. Il nous a donc semblé utile, à titre de rappel, de présenter ci-dessous la proportion de sujets accordés par chaque JT à l'actualité de l'Union européenne à travers le temps.

Graphique n°5

Profil des chaînes : proportion de sujets faisant mention de l'actualité de l'Union européenne dans les journaux télévisés étudiés entre 2015 et 2020



Source : Fondation Jean-Jaurès et Institut national de l'audiovisuel.

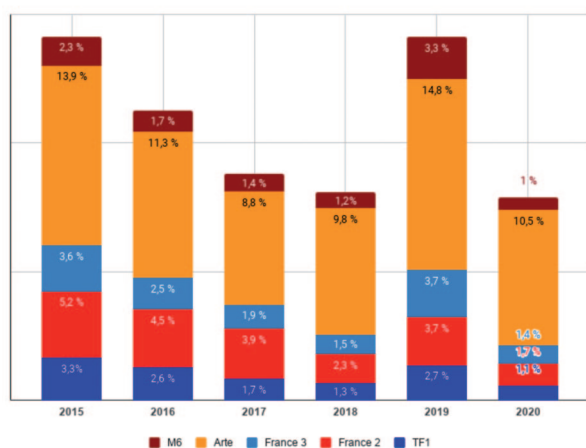
Le classement des chaînes confirme la prédominance du secteur public dans la couverture des enjeux européens. *Arte Journal* dépasse ainsi largement ses concurrents de la même tranche horaire, avec plus d'un sujet sur dix (11,6 %) dédié à la couverture des enjeux communautaires, un taux qui grimpe à près de 15 % pour l'année 2019. Au total, la chaîne franco-allemande aura ainsi consacré 2 095 sujets de JT à l'actualité de l'Union européenne sur la période 2015-2020. Il est néanmoins important de souligner qu'*Arte Journal* dispose d'une visibilité relativement faible par rapport à ses concurrents tels que TF1 et France 2, avec une part d'audience n'excédant pas 2,8 % en 2019¹⁷.

16. Voir « Bilan audiences saison 2019-2020 », TF1.

17. Voir « Audience annuelle : 2019, année record pour Arte », LeBlogTvNews.com, 30 décembre 2019.

Graphique n°6

**Profil des chaînes, résultats annuels détaillés :
proportion de sujets faisant mention de l'actualité
de l'Union européenne dans les journaux télévisés
étudiés entre 2015 et 2020**



Source : Fondation Jean-Jaurès et Institut national de l'audiovisuel.

France 2 se place au premier plan des chaînes généralistes en consacrant 3,7 % de son 20 heures à l'actualité de l'Union européenne avec un total de 1 394 sujets. Un résultat qui correspond à la tonalité internationale du journal parmi le panel d'éditions d'information proposées par France Télévisions. En 2015, la chaîne a vu sa part d'information consacrée à l'Union européenne atteindre plus de 5 %.

À l'inverse, le 19/20 de France 3, « l'édition des territoires » du groupe, se positionne en dessous de la moyenne des chaînes étudiées avec un ratio de 2,5 %. Pour les années 2018 et 2020, la chaîne a donné très peu de visibilité aux enjeux communautaires avec des ratios respectifs de 1,5 % et 1,4 %.

Parmi les chaînes privées, TF1 consacre en moyenne 2,2 % du 20H à l'actualité de l'Union européenne. Un résultat à évaluer au regard de son audience : le 20H est le JT le plus regardé de France, avec plus de 27 % de part d'audience pour le premier semestre 2020 avec 6,4 millions de téléspectateurs¹⁸.

Pour l'année des élections européennes 2019, TF1 a accordé 2,7 % de son journal du soir à l'actualité de l'Union européenne, le taux le plus faible sur l'ensemble des journaux télévisés étudiés sur la période. Enfin, M6 se place au dernier rang des JT traditionnels sur le plan de l'importance qu'y occupent les enjeux européens : le 19:45 accorde 1,8 % de son temps d'antenne à l'actualité communautaire sur la période 2015-2020.

Le traitement de l'information européenne apparaît varier fortement selon les chaînes. Le journal télévisé le plus regardé des Français (le 20H de TF1) compte parmi les derniers JT des chaînes généralistes de par la place accordée à l'actualité de l'Union européenne. Et ce avec seulement 2,2 % de ses sujets faisant mention des enjeux communautaires sur la période 2015-2020. C'est également le seul des JT étudiés à ne pas avoir amplifié son traitement de l'actualité européenne en périodes électorales. Derrière, on retrouve le 19:45 de la chaîne M6, avec 1,8 % de sujets sur l'Union européenne diffusés dans un journal qui comptabilisait 2,5 millions de téléspectateurs chaque soir en moyenne en 2019, soit 13 % de part d'audience¹⁹.

Les chaînes du service public traitent quant à elles davantage de l'actualité de l'Union européenne, tout en divergeant fortement sur l'importance qu'elle occupe à l'antenne. Arte dépasse de loin ses concurrents en la matière avec 11,6 % de son journal traitant de l'information européenne, suivie par le JT de France 2 qui consacre 3,7 % de son journal à l'actualité communautaire sur la période 2015-2020.

18. Voir « Bilan audiences saison 2019-2020 », *op.cit.*

19. Voir Thibaut Déléaz, « Comment le "19:45" a cassé les codes des journaux télévisés ? », *Le Point*, 7 septembre 2019.

2019-2020 : quelle visibilité les Français ont-ils eue des évolutions récentes de l'Union européenne et de son action ?

Le traitement de l'actualité de l'Union européenne a occupé 3,6 % des sujets de JT des chaînes traditionnelles entre 2015 et 2020²⁰. Un résultat qui chute à 2,5 % si on retranche *Arte Journal* de ce décompte. Au sein de la période étudiée, les années 2019 et 2020 offrent des profils particuliers pour lesquelles une analyse approfondie nous paraissait intéressante.

Les élections européennes de mai 2019 ont débouché sur le cycle de renouvellement des *top jobs*²¹ européens, le renouvellement des instances dirigeantes de l'Union européenne. L'année a également été rythmée par la négociation de l'accord de retrait du Royaume-Uni de l'Union européenne. Ce dernier a été plusieurs fois rejeté par le Parlement britannique avant qu'une nouvelle mouture obtienne son aval en octobre 2019. En ce qui concerne l'année 2020, le cours de l'actualité a été bouleversé de manière imprévisible par la pandémie. Les institutions européennes ont joué – et jouent encore – un rôle clé et inédit au sein de cette crise. Et ce à travers des besoins de coordination accrus sur le plan sanitaire, de la gestion des frontières extérieures de l'Union européenne et intra-européennes, la réponse budgétaire du plan de relance ou encore les commandes de vaccins.

Ces deux dernières années ont ainsi transformé le visage de l'Union européenne. Au sens propre, à travers les personnalités qui la représentent, et au figuré, puisque les institutions communautaires ont pris en charge des dossiers majeurs à même de peser sur le quotidien des citoyens du continent. Face à l'impact inédit de la politique européenne sur nos vies, nous

sommes amenés à nous interroger sur ce que les Français ont perçu de l'Union européenne en 2019 et 2020, depuis les dernières élections européennes. Quelle visibilité a été accordée à l'actualité de l'Union européenne sur la période ? Lorsque les rédactions de JT ont présenté l'actualité communautaire aux Français, quels sujets ont-elles mis en avant ?

En tout état de cause, la question centrale est de savoir si les Français ont pu percevoir à travers le contenu des JT l'évolution du visage et de l'action de l'Union européenne consécutive au scrutin de mai 2019 et à la pandémie. En ce sens, il convient de rappeler que le sens de nos travaux n'est pas d'inciter à promouvoir ou dénigrer l'action des institutions. Il s'agit à nos yeux d'identifier la place qu'occupe ce sujet dans la hiérarchie de l'information présentée aux Français, en partant du principe que le débat public sur l'Union européenne ne peut monter en puissance que sur la base d'une information étendue pour que les citoyens y prennent part.

Périmètre de l'étude

Les résultats présentés dans cette partie portent sur une durée d'une année, courant du 1^{er} juillet 2019 au 30 juin 2020. L'objectif est d'analyser la perspective offerte aux Français de la vie communautaire au quotidien. Pour ce faire, nous avons choisi une période d'actualité dense à la suite des élections européennes²².

20. Voir graphique n°5.

21. La nomination des dirigeants des principales institutions communautaires : Commission européenne, Conseil européen, Parlement européen, Banque centrale européenne.

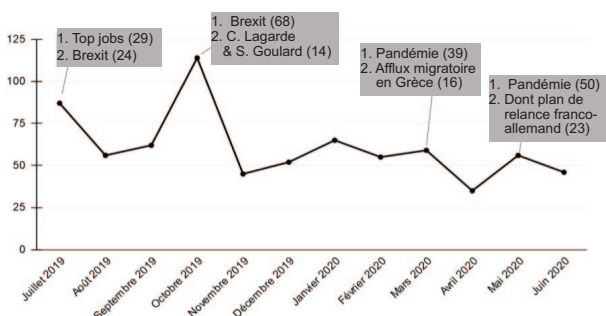
22. La période des élections européennes fait l'objet d'une étude détaillée en partie n°II.

Notre analyse démarre donc au 1^{er} juillet 2019. Les six derniers mois de cette année offrent une matière abondante en termes d'actualité, démarrant par les tractations entre les chefs d'État des vingt-sept sur la désignation des dirigeants d'institutions européennes. La période analysée couvre également l'élection au Parlement européen de la présidente de la Commission européenne, l'arrivée en poste de son collègue de commissaires et à ce titre la désignation successive de Sylvie Goulard puis de Thierry Breton pour devenir le commissaire français. La conclusion de l'accord de retrait est également comprise dans l'étude, de même que les tractations sur le budget européen telles qu'elles ont couru en 2019 puis jusqu'en février 2020. Enfin, l'étude couvre plusieurs sujets internationaux, sur le volet de la relation avec les États-Unis de Donald Trump, la conclusion d'accord de libre-échange (Mercosur) et les questionnements autour de la politique agricole commune.

En 2020, notre étude comprend le traitement dans les JT des signes annonciateurs de l'épidémie, la réaction européenne à la menace sanitaire et aux enjeux d'immigration en provenance de pays les plus atteints tels que la Chine au premier trimestre de l'année. Le confinement de la plupart des pays européens, la coopération inter-régionale, les enjeux de mobilité ont ensuite occupé la vie politique de l'Union européenne jusqu'en mai, période où Angela Merkel et Emmanuel Macron font ensemble une proposition de plan de relance européen. La couverture de cette annonce et ses retombées sont également comprises dans notre étude.

Graphique n°7

Chronologie : nombre de sujets faisant mention de l'actualité de l'Union européenne dans les journaux télévisés étudiés entre le 1^{er} juillet 2019 et le 30 juin 2020



Source : Fondation Jean-Jaurès et Institut national de l'audiovisuel.

Juin-décembre 2019 : le Brexit et la nomination des nouveaux dirigeants européens au premier plan de l'actualité communautaire

Le second semestre de l'année 2019 a vu les journaux télévisés du panel proposer 450 sujets relatifs à l'Union européenne. Parmi les enjeux les plus traités, on retrouve en premier lieu le Brexit (44 %), la politique institutionnelle de l'Union européenne (15 %), les sujets de commerce international (6 %) et les enjeux migratoires (6 %) puis les questions agricoles (4 %). Ces cinq enjeux thématiques rassemblent 75 % des sujets de JT du panel.

Tableau n°4

Les cinq enjeux les plus traités dans la couverture de l'actualité de l'Union européenne en proportion des sujets diffusés par les journaux télévisés étudiés au second semestre 2019

Union européenne : les cinq enjeux les plus traités dans les journaux télévisés – 2 ^e semestre 2019		
N°	Enjeux	% des sujets UE
1	Brexit	44 %
2	Politique institutionnelle européenne	15 %
3	Commerce international	6 %
4	Enjeux migratoires	6 %
5	Agriculture	4 %

Source : Fondation Jean-Jaurès et Institut national de l'audiovisuel.

Tableau n°5

Chronologie, résultats mensuels : les trois premiers enjeux les plus traités chaque mois dans la couverture de l'actualité de l'Union européenne en nombre de sujets diffusés par les journaux télévisés étudiés au second semestre 2019

Juillet 2019	Août 2019	Septembre 2019	Octobre 2019	Novembre 2019	Décembre 2019
Politique institutionnelle (29)	Brexit (29)	Brexit (39)	Brexit (68)	Politique institutionnelle (12)	Brexit (33)
Brexit (24)	Politique institutionnelle (6)	Politique institutionnelle (4)	Politique institutionnelle (14)	Brexit (7)	Environnement (5)
Commerce international (14)	Fiscalité (4)	Enjeux migratoires (4)	Économie et budget (10)	Économie et budget (6)	Politique institutionnelle (3)

Source : Fondation Jean-Jaurès et Institut national de l'audiovisuel.

Le suivi des négociations du Brexit occupe ainsi plus de quatre sujets de JT sur dix relatifs à l'actualité de l'Union européenne sur la période, soit 200 sujets en tout sur la période. Ce résultat s'inscrit dans l'historique d'une couverture intense des affaires relatives à la sortie du Royaume-Uni, qui occupait déjà en 2018 plus de 20 % des sujets de JT concernant la vie communautaire. Ce ratio a donc plus que doublé au second semestre 2019. Les chaînes ont effectué un suivi intensif de quatre grands événements :

- en juillet 2019, la désignation de Boris Johnson comme chef du parti conservateur puis comme Premier ministre du Royaume-Uni. Le suivi de la campagne interne aux Tories, de son investiture et le décryptage de ses intentions vis-à-vis de l'Union européenne génèrent 29 sujets de JT ;
- en septembre 2019, le gouvernement de Boris Johnson perd sa majorité à la Chambre des communes, qui vote une loi pour empêcher une sortie de l'Union européenne sans accord. Ces événements et le suivi du rapport de force qui se crée entre les parlementaires et l'exécutif conservateur britannique génèrent 39 sujets de JT ;
- en octobre 2019, la couverture du Brexit connaît son pic d'intensité avec 68 sujets lorsque Boris Johnson demande un nouveau report de la date de sortie de l'Union européenne, repoussée du 31 octobre 2019 au 31 janvier 2020. Le Royaume-Uni et l'Union européenne parviennent à un nouvel

accord de retrait qui sera approuvé par la Chambre des communes le 22 octobre, avant la convocation d'élections législatives anticipées. L'ensemble génère 68 sujets de JT ;

- en décembre 2019, 33 sujets de JT présentent le cours de la campagne des législatives qui voient les conservateurs l'emporter et regagner la majorité des sièges de députés.

Le second enjeu européen le plus médiatisé ce semestre est le suivi du processus de nomination des dirigeants d'institutions européennes – les *top jobs* européens – et du collège des commissaires qui compose la Commission européenne. Ces questions de politique institutionnelle ont généré 15 % des sujets de JT ayant trait à l'actualité de l'Union européenne, soit un sujet sur six présentés par les rédactions – 68 sujets sur la période.

On relève notamment deux temps forts dans la couverture des nominations :

- 29 sujets ont été diffusés au mois de juillet 2019 sur ce thème, dont 21 sujets au début du mois sur les annonces des nominations et notamment les conclusions du Conseil européen tenu entre le 30 juin et le 2 juillet. Les sujets se divisent entre le suivi du sommet puis l'analyse des profils proposés pour prendre la tête des institutions européennes, Charles Michel à la présidence du Conseil européen, la Française Christine Lagarde à la tête de la

Banque centrale européenne et Ursula von der Leyen comme présidente de la Commission européenne. L'élection par les députés du président du Parlement européen, David Sassoli, fait également l'objet de 4 sujets à la même période. L'élection d'Ursula von der Leyen par les députés au Parlement européen, le 16 juillet, suite à la proposition du Conseil européen, fait l'objet de 5 sujets, dont 2 diffusés sur Arte et de 3 brèves sur les plateaux de M6, France 2 et France 3.

- le deuxième temps fort propre aux nominations des dirigeants européens intervient en septembre et octobre 2019. 26 sujets sont diffusés au cours de cette période. Ils concernent plus spécifiquement l'actualité de personnalités françaises. Intervient ainsi la prise de fonction de Christine Lagarde à la BCE (7 sujets). Et surtout la séquence relative aux auditions par le Parlement européen de Sylvie Goulard comme commissaire française, puis au rejet de sa candidature par les députés européens. Elle sera ensuite remplacée en octobre par Thierry Breton, actuel commissaire au marché intérieur. Cette double actualité génère 11 sujets de JT en septembre et en octobre.

Parmi les thématiques traitées, quoique moins mises en avant par les rédactions de JT, on trouve les éléments suivants :

- le commerce international et la politique d'accord de libre-échange de l'Union européenne ont été particulièrement évoqués en juillet 2019 (14 sujets) à l'occasion de la contestation en France de l'accord UE-Mercosur par les agriculteurs. La politique commerciale de l'Union européenne est également évoquée en octobre 2019 (9 sujets) lorsque les États-Unis sont autorisés par l'OMC à taxer les importations de vins et spiritueux ainsi que les produits Airbus en provenance d'Europe ;
- les enjeux migratoires européens sont traités régulièrement sur l'ensemble du semestre, générant 25 sujets sur la période. Les rédactions s'attardent alors principalement sur le suivi des arrivées de

migrants en Italie et en Grèce et la demande d'une meilleure répartition des demandeurs d'asile entre les États européens. Un pic de 12 sujets est visible en juillet et août 2019 suite à la restriction de l'accès aux ports italiens pour les navires de secours des ONG, sur consigne du ministre de l'Intérieur de l'époque, le leader de la Ligue Matteo Salvini. Ce qui entraîne une répartition des réfugiés au cas par cas entre pays membres de l'Union européenne.

Au final, la couverture par les JT de l'actualité de l'Union européenne au second semestre 2019 apporte une confirmation : celle de la prévalence du traitement de la sortie du Royaume-Uni de l'Union européenne par les rédactions des chaînes étudiées par rapport aux autres domaines de la politique communautaire. Comme nous avons pu l'identifier dans de précédents travaux, cette mise en avant tient à la fois à une représentation historique du Royaume-Uni dans nos JT ainsi qu'à l'adaptation de la scénographie inhérente au sujet à l'information télévisée : une incarnation par des acteurs facilement identifiables (le Premier ministre britannique, Boris Johnson, le négociateur en chef de l'Union européenne pour le Brexit, Michel Barnier, les chefs d'État européens), une histoire simple (la sortie du Royaume-Uni de l'Union européenne) et, enfin, la « culture de l'image » de la politique anglo-saxonne²³.

L'étude de la médiatisation de l'Union européenne dans les JT en 2019 souligne également une couverture étendue des enjeux liés à la gouvernance de l'Union européenne. L'impact du résultat des élections européennes, la nomination des *top jobs* européens ainsi que du commissaire français constituent un ensemble de sujets institutionnels qui occupent la seconde place dans le classement des thématiques communautaires traitées par les rédactions au second semestre. Ce qui constitue une tendance inverse par rapport aux observations dans nos précédents travaux, les JT étudiés ayant tendance à peu mentionner le personnel politique et les institutions de l'Union européenne²⁴. Nous le verrons dans la suite de nos

23. Voir Rémy Broc et Théo Verdier, *L'Union européenne, grande absente des journaux télévisés*, op.cit. Le documentaire Order diffusé par LCP (diffusé le 30 mars 2021) illustre bien la télégénie du sujet.

24. En 2018, le président de la Commission européenne Jean-Claude Juncker (2014-2019) est le plus visible des dirigeants communautaires avec 26 mentions dans des sujets de JT, une couverture essentiellement assurée par Arte et comprenant, par exemple, seulement 2 mentions dans le 20H de TF1. La Commission européenne est, quant à elle, mentionnée dans 67 sujets. Pour aller plus loin, voir Rémy Broc et Théo Verdier, *L'Union européenne, grande absente des journaux télévisés*, op.cit.

travaux, cette visibilité accrue est suivie en 2020 d'une présence renforcée à l'écran de la Commission européenne et de sa présidente, Ursula von der Leyen.

On peut, d'une part, souligner l'intérêt d'une telle visibilité : les dirigeants des institutions européennes incarnent la voix de l'Union européenne et représentent en partie l'équilibre des forces issues des élections européennes de mai 2019. Leur visibilité auprès des Français peut ainsi contribuer à l'identification des options portées par l'Union européenne en tant qu'entité politique dans le débat public. D'autre part, il faut toutefois souligner que les JT témoignent ici de leur prisme national dans la couverture des affaires européennes : les deux pics observés en 2019 dans la couverture de ces enjeux institutionnels revêtent un fort caractère national, que ce soit en juillet avec le sommet européen qui amène à la nomination des *top jobs*, puis en octobre lors de la nomination successive de Sylvie Goulard puis de Thierry Breton comme commissaire français.

Janvier-juin 2020 : la pandémie et ses conséquences dans l'actualité de l'Union européenne

La pandémie au cœur des journaux télévisés

L'année 2020 a vu les journaux télévisés du panel se concentrer principalement sur le suivi de la pandémie. Au premier semestre, la Covid-19 a suscité 8 466 sujets de JT, soit une moyenne de 50 par jour. L'actualité liée au virus occupe alors près de 60 % de l'offre information, une proportion qui monte à 80 % pendant la période du premier confinement²⁵.

Dans ce contexte, les enjeux sanitaires prennent le pas, selon les données du « Baromètre des médias »²⁶ de l'INA, sur des thématiques généralement cou-

vertes par les éditions d'information des chaînes traditionnelles. Les sujets sociaux passent de 20 % des sujets au premier trimestre 2019 à 3,8 % en mars 2020. La politique intérieure française chute à 2,9 % des sujets contre 12 % l'année passée. La politique internationale passe de 15,2 % à 3,8 % des sujets.

Suivant la même logique, la couverture de l'actualité européenne se restreint dans les JT, la part de sujets traitant de l'Union européenne et de son action passant de 4,8 % des sujets en 2019 à 2,3 % sur les trois premiers trimestres de 2020²⁷. Soit une chute de moitié des sujets consacrés à l'actualité communautaire. On compte ainsi 270 sujets relatifs à l'Union européenne diffusés entre janvier et la fin du mois de juin 2020, contre 450 dans la seconde moitié de 2019. Comme nous l'avons relevé, l'année 2019 a toutefois fait l'objet d'un suivi exceptionnel de l'actualité de l'Union européenne, à travers notamment le suivi des élections européennes et le Brexit²⁸.

Le bouleversement des hiérarchies éditoriales apparaît ici clairement. La santé occupe alors une place inédite au sein des JT des chaînes traditionnelles comme des chaînes d'information en continu²⁹. Les rédactions priorisent naturellement une actualité qui paralyse le pays et touche chaque Français personnellement à travers le confinement et les questions de santé. Toutefois, l'actualité européenne a été particulièrement dense dans la gestion de la crise sanitaire. Le premier semestre a vu émerger des questions prégnantes sur la mobilité des Européens, le contrôle de nos frontières intérieures et extérieures, la relance économique, la coordination sanitaire, la solidarité et les rivalités entre États dans l'approvisionnement de matériel.

Au regard des données collectées, si on a moins couvert l'Union européenne dans les JT au premier semestre 2020 que lors des années précédentes, on peut relever qu'on a traité le sujet principalement à travers le prisme du virus et de son impact sur l'Union européenne. 58 % des sujets de JT traitant

25. Pour aller plus loin, voir l'étude détaillée de la *Revue des médias* de l'INA de Géraldine Poels et Véronique Lefort, « Covid-19 dans les JT : un niveau de médiatisation inédit pour une pandémie », *op. cit.*

26. *Ibid.*

27. Voir graphique n°1.

28. Voir tableau n°4.

29. 74 % du temps d'antenne des JT traite de la pandémie lors du premier confinement. Voir le « Baromètre des médias » de l'INA, *op. cit.*

de l'actualité communautaire sur la période traitent ainsi des aspects européens de la pandémie et de son impact.

Le suivi du virus occupe ainsi près de six sujets de JT sur dix consacrés à l'actualité de l'Union européenne sur la période. Suivent le Brexit et son actualité (26 % des sujets), les enjeux migratoires (9 %) puis les questions environnementales (5 %) et agricoles (4 %). Ces cinq thématiques occupent couvrent au total près de 85 % des sujets de JT diffusés par les chaînes du panel.

Tableau n°6

Les cinq enjeux les plus traités dans la couverture de l'actualité de l'Union européenne en proportion des sujets diffusés par les journaux télévisés étudiés au premier semestre 2020

N°	Enjeux	%
1	Pandémie et impact sur l'UE	58 %
2	Brexit	26 %
3	Enjeux migratoires	9 %
4	Enjeux environnementaux	5 %
5	Agriculture	4 %

Source : Fondation Jean-Jaurès et Institut national de l'audiovisuel.

NB : Le total dépasse 100 % car certains sujets appartiennent à plusieurs registres thématiques.

Dans les JT, la perception d'une apparition soudaine du coronavirus sur le continent

L'année européenne démarre sur les journaux télévisés par un suivi assidu de la sortie du Royaume-Uni de l'Union européenne, effective au 31 janvier 2020. L'événement génère 62 sujets en janvier et février. Du 20 au 22 février, le premier Conseil européen consacré au budget pluriannuel de l'Union européenne pour la période 2021-2027 engendre 8 sujets, la couverture étant essentiellement axée sur la réduction du budget de la politique agricole commune (6 sujets).

Le mois de mars est également l'occasion d'un traitement renforcé des questions migratoires aux frontières de l'Europe. Au début du mois, la Turquie lève les restrictions au déplacement des personnes migrantes sur son sol et Ankara les encourage à tenter le passage vers la Grèce³⁰. Face à l'afflux de réfugiés, l'Union européenne affiche son soutien et les trois dirigeants d'institutions européennes³¹ effectuent un déplacement à la frontière turco-grecque. La situation en Grèce génère alors 16 sujets de JT, sur Arte (6 sujets), TF1 (4 sujets), M6 (3 sujets), France 2 (2 sujets) et France 3 (1 sujet).

Tableau n°7

Chronologie, résultats mensuels : les trois premiers enjeux les plus traités chaque mois dans la couverture de l'actualité de l'Union européenne en nombre de sujets diffusés par les journaux télévisés étudiés au premier semestre 2020

Janvier 2020	Février 2020	Mars 2020	Avril 2020	Mai 2020	Juin 2020
Brexit (39)	Brexit (23)	Pandémie et impact sur l'UE (39)	Pandémie et impact sur l'UE (31)	Pandémie et impact sur l'UE (50)	Pandémie et impact sur l'UE (29)
UE - Iran (4)	Agriculture (9)	Enjeux migratoires (16)	Enjeux migratoires (3)	État de droit (2)	Brexit (5)
Environnement (3)	Economie et budget (8)	Brexit (2)	Brexit (1)	Environnement (1)	Environnement (4)

Source : Fondation Jean-Jaurès et Institut national de l'audiovisuel.

30. Voir Marie Jégo, « À la frontière turco-grecque, les migrants entre peur et désolation », *Le Monde*, 3 mars 2020.

31. Ursula von der Leyen, Charles Michel et David Sassoli, respectivement à la tête de la Commission européenne, du Conseil et du Parlement européens.

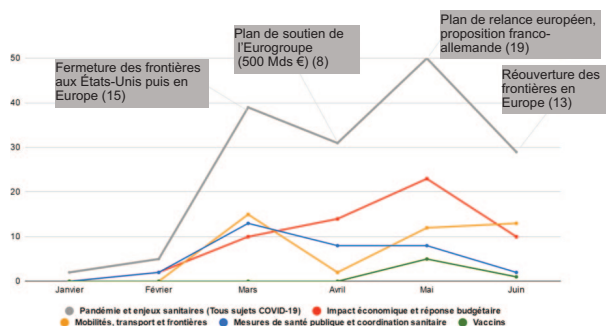
Rétrospectivement, il est frappant de constater à quel point la couverture de l'épidémie de Covid-19 sur le continent prend soudainement de l'ampleur au mois de mars 2020. Comme l'a analysé l'INA, le traitement médiatique de l'épidémie se fait à bas bruit tout au long des mois de janvier et février avant de monter en intensité le 26 février puis lors du discours d'Emmanuel Macron du 12 mars³².

La couverture du volet européen de la prolifération du virus et de la réaction européenne suit la même dynamique. En janvier, deux sujets d'Arte Journal en font état. Ils traitent de la progression des contaminations en Chine et évoquent les enjeux de mobilité des personnes entre les deux continents. En février, cinq sujets de JT sont relevés, trois JT d'Arte Journal sur l'impact économique du virus et la visite d'Emmanuel Macron à Naples. Un sujet de France 3 mentionne la réunion des ministres de la Santé des pays voisins de l'Italie aboutissant à la décision de ne pas fermer les frontières avec la péninsule. C'est en mars que la couverture de la pandémie prend toute son ampleur, notamment dans son volet européen.

Les enjeux les plus traités en rapport avec la pandémie

Graphique n°8

Chronologie : nombre de sujets relatifs à l'actualité de l'Union européenne et de la pandémie dans les journaux télévisés étudiés au second semestre 2020



Source : Fondation Jean-Jaurès et Institut national de l'audiovisuel.

Note : La courbe grise, identifiée par la formule « Pandémie et enjeux sanitaires (Tous sujets Covid-19) » affiche le nombre global de sujets de JT traitant du volet européen de la pandémie.

Tableau n°8

Les principaux enjeux traités dans la couverture de l'actualité de l'Union européenne et de la pandémie en proportion des sujets faisant mention de l'actualité globale de l'Union européenne et diffusés par les journaux télévisés étudiés au premier semestre 2020

Pandémie et impact sur l'UE : les enjeux traités 1 ^{er} semestre 2020			
	Enjeux	Nb. sujets	% des sujets UE du semestre
	Pandémie et impact sur l'UE	156	58 %
N°	Sous-thématiques Covid-19	Nb. sujets	% des sujets liés à la pandémie et à son impact sur l'UE
1	Impact économique et réponse budgétaire	59	38 %
2	Mobilité, transport et frontières	42	27 %
3	Mesures de santé publique et coordination sanitaire	33	21 %
4	Vaccins	6	3 %

Source : Fondation Jean-Jaurès et Institut national de l'audiovisuel.

156 sujets sont consacrés sur le semestre au volet communautaire de la pandémie et de son impact sur l'Union européenne. Quatre sous-thématiques liées à la Covid-19 sont principalement traitées dans l'offre d'information étudiée : l'impact économique et la réponse budgétaire (22 % des sujets d'actualité européenne du semestre), la mobilité, le transport et les frontières (6 %), les mesures de santé publique et la coordination sanitaire (12 %) et les vaccins (2 %). Ces quatre éléments représentent 89 % du corpus liés aux aspects européens de la pandémie.

32. Voir Géraldine Poels et Véronique Lefort, « Covid-19 dans les JT : un niveau de médiatisation inédit pour une pandémie », *op.cit.*

L'impact économique de la pandémie et le suivi des annonces européennes en matière de relance budgétaire

L'aspect économique et budgétaire est le premier enjeu traité par les JT lorsqu'ils évoquent le volet européen de la crise. Le sujet est traité à bas bruit entre mars et juillet, à travers l'impact du virus sur les économies européennes et la question de l'endettement des États membres suite aux différentes mesures de soutien. Deux annonces en lien avec la politique budgétaire européenne génèrent toutefois une couverture importante. Le plan de soutien à l'économie conçu par l'Eurogroupe en avril 2020, estimé à 500 milliards d'euros, a été traité à travers 8 sujets, un sur TF1, deux sur France 2 et France 3, une brève sur M6 et deux sur Arte. Le principal enjeu du semestre est la couverture de la proposition franco-allemande d'un plan de relance de 500 milliards d'euros, constitué de subventions directes aux États les plus atteints par la crise, en mai 2020. La conférence de presse d'Angela Merkel et d'Emmanuel Macron du 18 mai est suivie par la formulation d'un plan de relance européen de 750 milliards d'euros présenté par la présidente de la Commission européenne le 27 mai. Les deux événements génèrent 19 sujets de journaux télévisés ce mois-ci, ce qui en fait le premier enjeu européen mis en avant par les rédactions.

La couverture des annonces du mois de mai sur la relance budgétaire européenne génère un suivi inégal selon les chaînes. M6 consacre une unique brève au plan franco-allemand. TF1 propose deux sujets, mentionnant la relance européenne dans une analyse plus vaste puis analysant le plan de la Commission à la fin du mois. France 3 propose trois sujets, deux sur la conférence de presse puis un sur le plan de relance de la Commission. France 2 propose un suivi renforcé avec cinq sujets, derrière Arte qui diffuse sept séquences différentes à ce propos, réparties sur la seconde moitié du mois. On peut signaler que le 20H de TF1, le premier journal télévisé de France, ne fait pas mention de la conférence de presse d'Angela Merkel et d'Emmanuel Macron du 18 mai dans son édition du jour même, à la différence de tous ses concurrents³³.

La mobilité contrainte des Européens à l'écran

Les JT ont consacré 42 sujets sur le semestre à la question de la mobilité des Européens, contraints dans leurs déplacements au sein de l'Union européenne et à l'international. 16 % de l'offre d'information étudiée ce semestre traitent de ces problématiques.

Les rédactions traitent ainsi d'un double mouvement de restriction de la circulation des personnes. À commencer par un frein aux échanges avec le reste du monde démarré à partir du mois de mars 2020 via la fermeture des frontières extérieures de l'espace Schengen ainsi que l'interdiction de se rendre aux États-Unis pour les Européens. Le second niveau est interne à l'Union européenne, avec le rétablissement désordonné des contrôles aux frontières intérieures décidées au cas par cas par les États membres selon l'avancée de l'épidémie.

Ces deux enjeux émergent en mars 2020 lorsque l'Europe devient le principal foyer de l'épidémie. Les rédactions diffusent alors 15 sujets consacrés à la limitation des déplacements, dont 11 sujets entre le 11 et le 13 mars lorsqu'une série de mesures nationales sont annoncées – en Allemagne mais aussi en Slovaquie, par exemple – et l'annonce que les Européens ne pourront plus se rendre aux États-Unis.

Le mois d'avril en fait moins état, les principaux pays européens établissant alors des restrictions aux déplacements sur leurs propres territoires par des mesures de confinement. Les mois de mai et juin posent, en revanche, dans les journaux télévisés, la question de la réouverture des frontières nationales, notamment pour la période estivale. 25 sujets sont ainsi consacrés à la reprise de la circulation entre les pays européens et avec le reste du monde en mai et juin 2020, dont 13 sujets consacrés à la reprise du tourisme ainsi qu'à la préparation de la saison d'été.

Commandes européennes de vaccins : sujet oublié des journaux télévisés

Sur le premier semestre 2020, les aspects communautaires de la vaccination contre la Covid-19 ne sont

33. Relevé issu des données de l'INA et confirmé par les titres du journal de 20H de TF1 le 18 mai, en ligne sur le site de LCI (consulté le 30 mars 2021).

évoqués qu'à travers 6 sujets proposés en mai et en juin, à l'occasion de la conférence de donateurs organisée par l'Union européenne en faveur de la recherche d'un vaccin et du premier contrat signé par quatre pays européens, dont la France, avec le laboratoire AstraZeneca.

Surpris par ces résultats, nous avons étendu le champ de nos recherches pour étudier la couverture des annonces effectuées à l'été 2020. En juillet et en août, la Commission européenne – ayant pris le relais des quatre États européens de l'Alliance inclusive pour un vaccin – effectue des annonces concernant quatre des six vaccins qu'elle commandera *in fine*. On note ainsi la conclusion des « discussions exploratoires » avec Sanofi-GSK le 31 juillet et avec Johnson & Johnson le 13 août. L'exécutif européen signale également la signature d'un contrat d'achat anticipé avec AstraZeneca le 14 août et enfin la conclusion des discussions préliminaires avec CureVac le 20 du même mois³⁴.

L'actualité estivale est donc particulièrement dense en ce qui concerne le lancement de la stratégie vaccinale européenne. Pourtant, on ne recense sur la période aucun sujet de JT relatif à ces annonces de discussions avec les laboratoires ou d'achats anticipés de vaccins. Un seul sujet sur les vaccins est proposé par France 3. Relatif à la stratégie vaccinale de la France, il est diffusé en juillet et fait ainsi mention du volet européen de la gestion du dossier.

Au final, sur les trois premiers trimestres de l'année 2020, seuls 9 sujets seront diffusés sur l'actualité européenne de la vaccination contre la Covid-19. En d'autres termes, les journaux télévisés n'ont simplement pas couvert la phase de négociations entre l'Union européenne et les laboratoires ainsi que les premières annonces de commandes faites par la Commission européenne. Et ce à commencer par les doses fournies par AstraZeneca, bien que la commande de 400 millions de doses auprès du laboratoire anglo-suédois ait été la première passée au niveau européen.

Une couverture restreinte des enjeux européens, axée principalement sur les questions économiques et frontalières

En conclusion, on peut rappeler que la question sanitaire a monopolisé le contenu des journaux télévisés au premier semestre 2020, au point de réduire fortement la part de l'offre d'information consacrée à d'autres enjeux telle que l'actualité de l'Union européenne – cette dernière étant elle-même traitée essentiellement sous le prisme de la réponse à la pandémie. Le suivi de l'aspect européen de la pandémie et de ses impacts sur le continent offre toutefois aux Français une image inédite de l'Union européenne. On traite effectivement de son actualité sur des questions que les institutions communautaires n'ont alors jamais prises en charge, telles que la coordination des politiques de santé ou encore la possibilité d'un endettement commun.

La hiérarchie des sujets relatifs à l'Union européenne dans cette période de crise souligne toutefois les enjeux sur lesquels l'Union européenne est la plus naturellement amenée à agir. Les questions économiques et budgétaires liées à la pandémie occupent ainsi 22 % des sujets européens du semestre à travers les annonces de la BCE, de l'Eurogroupe puis la proposition du plan de relance européen. Juste derrière, les rédactions proposent aux Français un suivi des décisions ayant trait à la libre circulation sur le continent et à la gestion des frontières extérieures de l'Union européenne.

Enfin, rétrospectivement, il est intéressant de noter que la question vaccinale est très peu traitée à son échelle européenne à cette période. L'Union européenne concentre aujourd'hui les critiques sur sa capacité d'approvisionnement auprès des laboratoires, notamment dans sa gestion à l'été 2020 de la phase de commandes auprès des laboratoires. On peut souligner que les retards actuels constituent la conséquence naturelle des choix d'approvisionnement – calendrier de commandes, négociations des contrats, sommes investies – qu'a faits l'Union européenne au cours de l'année 2020. En ce sens, on relève que seuls 9 sujets de JT ont traité le sujet lors

34. Voir « Coronavirus : la Commission continue à élargir son éventail de futurs vaccins par de nouvelles négociations », Représentation en France de la Commission européenne, 20 août 2020.

des trois premiers trimestres de l'année passée. Et, par exemple, qu'aucun n'a fait état des négociations entre la Commission européenne et AstraZeneca. Ces dernières, on le sait, font aujourd'hui l'objet de maintes critiques.

L'incarnation de l'Union européenne à l'écran

On l'a vu, les médias étudiés montrent des difficultés à traiter l'actualité propre à l'Union européenne, à son action, à ses institutions ou encore à ses relations avec ses États membres. Lorsqu'ils traitent le sujet, se pose ainsi la question d'identifier quels acteurs de l'écosystème communautaire les médias étudiés mettent en avant. Qui porte la parole de l'Union européenne dans nos journaux télévisés ? Quels responsables politiques incarnent la politique de l'Union européenne ? Nous avons pour répondre à cette question testé la visibilité dans les JT des dirigeants des principales institutions européennes (Commission, Parlement, Conseil européens et Banque centrale européenne), du Haut Représentant de l'Union européenne pour les affaires étrangères et la politique de sécurité, de commissaires européens (les trois vice-présidents exécutifs et le commissaire français) ainsi que du négociateur en chef de l'Union européenne pour le Brexit.

Une visibilité restreinte du personnel politique européen

Les données relevées soulignent la difficile visibilité des principaux décideurs européens, présents dans 9,6 %³⁵ des sujets traitant de l'actualité de l'Union européenne pour les années 2019 et 2020. Un résultat similaire à ceux observés en 2018 dans nos précédents travaux. Il était alors de 9 %. Le détail par chaîne laisse apparaître une absence totale des personnalités testées de certains journaux télévisés tandis qu'Arte comptabilise 31 % des sujets concernés. De par sa spécificité européenne, Arte apparaît, en effet, comme la principale chaîne assurant la visibilité des décideurs européens. Si l'on fait exception des résultats de la chaîne, le nombre de prises de parole décompté sur le panel chute de moitié, et le nombre de sujets d'un tiers.

La présidente de la Commission et les personnalités francophones parmi les personnalités les plus visibles

L'analyse du classement des responsables européens nous apprend que la présidente de la Commission européenne, Ursula von der Leyen, est la plus visible des dirigeants de l'Union européenne, avec un total de 94 sujets la mentionnant pour les années 2019 et 2020 et 50 prises de parole, soit le triple du numéro deux de ce classement, Charles Michel. En parallèle, on observe que les personnalités européennes les plus médiatisées dans les médias français, hors présidence de la Commission, sont les quatre francophones du classement : Charles Michel, Christine Lagarde, Michel Barnier et Thierry Breton.

35. Données relevées du 29 décembre 2018 au 2 octobre 2020. À noter que les personnalités testées sont entrées en fonction au cours de l'année 2019 (Ursula von der Leyen est devenue présidente de la Commission européenne en juillet 2019, par exemple).

Tableau n°9

Classement d'un panel de décideurs européens sur la période 2019-2020

Personnalité	Responsabilité	Nombre de prises de parole dans les JT	Nombre de sujets de JT (mentions)	Nombre de sujets de JT (sans Arte)
Ursula von der Leyen	Présidente de la Commission européenne (depuis juillet 2019)	50	94	23
Christine Lagarde	Présidente de la Banque centrale européenne (depuis novembre 2019)	3	27	16
Charles Michel	Président du Conseil européen (depuis décembre 2019)	14	27	4
Michel Barnier	Négociateur en chef de la Commission européenne pour le Brexit (2016-2021)	18	25	10
Thierry Breton	Commissaire européen au marché intérieur (depuis décembre 2019)	16	21	15
Margrethe Vestager	Vice-présidente exécutive de la Commission européenne, chargée du numérique (depuis décembre 2019)	9	15	4
Frans Timmermans	Vice-président exécutif de la Commission européenne, chargé du pacte vert pour l'Europe (depuis décembre 2019)	7	12	1
David Sassoli	Président du Parlement européen (depuis juillet 2019)	5	14	3
Josep Borrell Fontelles	Haut Représentant de l'Union pour les affaires étrangères et la politique de sécurité (depuis décembre 2019)	8	14	1
Roberta Metsola	Première vice-présidente du Parlement européen (depuis novembre 2019)	2	2	1
Valdis Dombrovskis	Vice-président exécutif de la Commission européenne, chargé du pacte vert pour l'Europe (depuis décembre 2019)	0	0	0

Source : Fondation Jean-Jaurès et Institut national de l'audiovisuel.

Une revalorisation de l'exécutif européen dans la gestion de la pandémie

En 2020, la cheffe de l'exécutif européen arrive à la 22^e place du top des personnalités les plus citées des journaux télévisés avec un total de 48 sujets, dont 35 prises de parole, soit 10 % de la part d'information consacrée à l'Union européenne. L'actuelle présidente de la Commission est alors près de deux fois plus visible que ce que n'avait pu l'être son prédéces-

seur Jean-Claude Juncker en 2018 (26 sujets le mentionnant), sa dernière année pleine en fonction³⁶.

Cette mise en lumière inédite de la présidente de la Commission européenne est d'ailleurs observable dans d'autres médias que les JT étudiés. Ursula von der Leyen est 31^e dans le classement des 50 personnalités les plus citées par la presse française en 2020 selon le classement établi par le service de veille médias Aday³⁷ et dont les résultats ont été repris par

36. Voir Rémi Broc et Théo Verdier, *L'Union européenne, grande absente des journaux télévisés*, op.cit.

37. Voir « Les 1 000 de la presse française : 8^e édition du palmarès annuel des personnalités les plus médiatisées dans la presse française », Aday, 21 décembre 2020. Classement établi sur la base de 3 000 titres de presse web et print.

*Le Journal du dimanche*³⁸. En comparaison, aucune personnalité en poste au sein des institutions européennes n'avait été citée dans ce classement en 2018 et 2019.

Une visibilité renforcée de la Commission européenne dans le contexte de la pandémie

Tableau n°10

Nombre de sujets de JT faisant mention du Parlement européen et de la Commission européenne

Nombre de sujets de journaux télévisés			
	2018	2019	2020 Du 4/01 au 2/10 2020
Parlement européen	79	363	21
Commission européenne	67	128	139

Source : Fondation Jean-Jaurès et Institut national de l'audiovisuel.

En parallèle de la médiatisation des décideurs européens, nous relevons également le nombre de sujets diffusés par les JT étudiés faisant mention des deux institutions européennes les plus visibles, le Parlement européen et la Commission européenne. On peut noter une forte diversité de la mise en avant des deux organisations au fil du temps. Le nombre de sujets concernant le Parlement européen et la Commission européenne demeure relativement restreint et homogène en 2018. En 2019, année des élections européennes, le nombre de sujets concernant le Parlement européen est plus de quatre fois supérieur à son total de l'année précédente, avec 363 sujets. Une intensité qui est suivie par une importante chute de la part de sujets accordés à l'institution, avec 21 sujets en 2020.

En ce qui concerne l'exécutif européen, l'offre d'information la concernant a presque doublé entre 2018 et 2019, avec 128 sujets diffusés l'année des élections européennes. Contrairement au Parlement européen, on constate que cette tendance à la hausse se maintient et tend même à croître en 2020. 139 sujets ont mentionné la Commission européenne sur les trois premiers trimestres de l'année, soit plus du double qu'en 2018. La médiatisation dans les JT de l'institution suit ainsi une tendance croissante similaire à celle affectant la visibilité de sa présidente, Ursula von der Leyen. L'exécutif européen – à travers la personne qui l'incarne tout comme dans sa dimension institutionnelle – a vu son rôle mis en avant dans la réponse à la crise sanitaire en 2020.

Les personnalités les plus citées en 2020 : une visibilité inédite pour la présidente de la Commission européenne

Tableau n°11

Classement des personnalités les plus citées en 2020 dans les journaux télévisés, sélection des personnalités européennes (non françaises)

Du 4 janvier au 2 octobre 2020			
N°	Nombre de prises de parole dans les JT	Personnalité	Nombre de sujets de JT (mentions)
1	200	Emmanuel Macron	697
2	156	Olivier Véran	334
3	154	Donald Trump	392
15	43	Angela Merkel	117
22	35	Ursula von der Leyen	48

Source : Fondation Jean-Jaurès et Institut national de l'audiovisuel.

38. Voir Cyril Petit, « Macron, Trump, Philippe... Voici le top 1 000 des personnalités les plus médiatisées en 2020 », *Le Journal du dimanche*, 19 décembre 2020.

Le classement des personnalités les plus citées dans les journaux télévisés accorde traditionnellement une place aux dirigeants étrangers états-uniens ainsi qu'à ceux des principaux États européens selon leur actualité. En 2018, 2019 et 2020, on retrouve toutefois Donald Trump à la première place des personnalités non françaises de par le nombre faisant mention du président états-unien (2016-2020). En 2019, le classement comprend également plusieurs dirigeants européens, à commencer par la chancelière allemande Angela Merkel, le Premier ministre britannique (Theresa May puis Boris Johnson) ou encore en 2019 le leader de la Ligue, Matteo Salvini, alors vice-président du Conseil en Italie.

Le classement de l'année 2020 opère une rupture avec la valorisation des décideurs européens. Sur les trois premiers trimestres de l'année, seules deux personnalités issues de l'Union européenne figurent dans le top 22 des personnalités les plus médiatisées. Il s'agit d'Angela Merkel et d'Ursula von Der Leyen. Comme vu précédemment, les enjeux sanitaires ont occupé une place majeure dans les JT, faisant émerger plusieurs personnalités médicales au sein de ce

classement. Dans un mouvement de balancier, la place accordée à l'international décroît, ce qui s'observe également dans la visibilité des personnalités européennes. En ce sens, on note toutefois que si la chancelière allemande constitue toujours une figure visible dans nos JT, la présence de la présidente de la Commission européenne constitue un fait nouveau, qui illustre à la faveur de la crise sanitaire le rôle plus important que la dirigeante européenne a occupé dans nos JT en 2020 par rapport à ce qui a pu être observé en 2019 et 2018 avec son prédécesseur.

L'étude de ce classement révèle, enfin – une fois encore –, la différence d'incarnation politique américaine et européenne à l'écran. Pour illustrer cet état de fait, on peut souligner que Donald Trump est 4 fois plus représenté que la chancelière allemande et 4,5 fois plus que la présidente de la Commission européenne. S'il est évident que la politique américaine, d'autant plus au cours d'une année électorale aux États-Unis, a une importance certaine pour la France, l'Europe et le monde, on peut néanmoins s'interroger sur de pareils écarts de représentation.

Entretiens : le regard des chaînes publiques sur la couverture des affaires européennes

Les données présentées dans cette étude décrivent ce que les téléspectateurs français des journaux télévisés voient de l'Union européenne à l'écran. Ces résultats comportent à nos yeux un double intérêt. Ils constituent une mesure de l'espace accordé au traitement des affaires européennes dans le débat public et nous renseignent sur la priorisation qui est faite dans nos médias d'information des enjeux communautaires animant la démocratie européenne.

Nos résultats constituent toutefois une mesure brute qui ne saurait à elle seule décrire la complexité du processus de conception d'un journal télévisé de vingt-cinq minutes à trente-cinq minutes diffusé quotidiennement. En ce sens, à l'instar de nos précédents travaux, nous avons souhaité donner la parole aux dirigeants des chaînes concernées pour évoquer leurs résultats et la stratégie de leurs antennes sur les questions européennes. TF1 et M6 n'ont pas répondu à nos demandes d'entretien. Arte, par la voix de son président Bruno Patino, et le groupe France Télévisions, représenté par le directeur de l'information Laurent Guimier, ont accepté de répondre à nos questions. Ce qui nous permet de présenter une double perspective sur la stratégie européenne des chaînes publiques françaises. Nous avons fait le choix de présenter leurs réponses à travers la retranscription de nos échanges.

Note de lecture : Les questions posées lors de l'entretien sont introduites par la mention « Fondation Jean-Jaurès », identifiant les auteurs au nom de la Fondation Jean-Jaurès.

Laurent Guimier, directeur de l'information de France Télévisions : « Nous appuyer sur le premier semestre 2022 pour devenir la référence de l'information européenne dans ce pays »

Fondation Jean-Jaurès : *Pour commencer, peut-être peut-on évoquer un sujet qui a été largement commenté sur les réseaux sociaux : France Télévisions aurait conditionné une portion de la part variable de la rémunération de ses rédacteurs en chef à la couverture des questions européennes. Pouvez-vous nous en dire plus ?*

Laurent Guimier : Une part variable est une part de la rémunération indexée sur des objectifs que l'entreprise fixe. La détermination de ces objectifs dépend des entreprises. Certaines mettent l'accent sur le quantitatif – les audiences ou les recettes publicitaires –, d'autres sur le respect des valeurs et du collectif. Évidemment, le service public est plutôt de ce côté-ci. Parmi les objectifs fixés aux cadres dirigeants de l'information – quelques dizaines de personnes à France Télévisions –, il y a une partie de la part variable qui est assise sur le respect de la stratégie d'exposition des contenus européens sur nos antennes. C'est un objectif qui a été introduit en 2019 et que je perpétue.

Fondation Jean-Jaurès : *Quelle est la stratégie européenne de France Télévisions en ce qui concerne l'information ?*

Laurent Guimier : En résumé, je dirais que notre stratégie est de conforter la place de nos trois magazines centrés sur l'Europe, *La Faute à l'Europe* et *Drôle d'Europe* sur France info, *Nous les Européens* sur France info canal 27, *Nous les Européens* sur France 3, tout en s'améliorant encore dans les journaux télévisés.

J'ai été nommé en 2020 à la direction de l'information, qui comprend les journaux télévisés, les magazines, la chaîne France info et le web. Je ne vois toute stratégie qu'à l'aune de ces quatre piliers. Quand nous montons des opérations, nous pensons tout contenu. Et le traitement de l'Europe est transversal, avec trois niveaux : les sujets à l'échelle continentale, les sujets relatifs aux institutions européennes, les sujets locaux à l'échelle nationale dans les pays européens.

À mes yeux, l'Europe, c'est un destin, une vision et des institutions. Nous essayons de penser nos contenus à l'échelle européenne. Nous sommes ainsi le dernier groupe audiovisuel français à être dotés de bureaux permanents à Londres, à Berlin, à Bruxelles et à Rome pour traiter l'actualité des institutions européennes et celle des États européens. Nous faisons en sorte que cette dimension continentale soit présente dans nos sujets de manière de plus en plus naturelle.

Nous traitons donc les sujets avec une approche transversale depuis Bruxelles et multiplions les comparaisons entre pays européens. C'est, par exemple, le sens de *Nous les Européens* le dimanche matin, qui s'est désinstitutionnalisé, au sens bruxellois ou strasbourgeois du terme, pour traiter la question de la vie courante et culturelle dans les pays européens. L'idée, c'est de partir des citoyens, de leurs initiatives, pour faire vivre l'Europe.

On fait donc vivre l'Europe par le truchement des citoyens. L'autre truchement, ce sont les institutions européennes. Le centre de ce travail est notre bureau à Bruxelles, c'est donc majoritairement ce bureau qui nous permet de faire vivre les institutions. Et cela se fait au quotidien, le correspondant à Bruxelles nous envoie tous les matins un mail pour alerter la rédaction en chef sur les sujets qui vont faire la une des

journaux. Certains sujets – comme la campagne vaccinale ou les enjeux économiques – peuvent permettre l'intervention du bureau de Bruxelles dans les JT.

Autrement, on passe par les magazines, sur France info pendant deux heures par semaine *via* le magazine *La Faute à l'Europe*, qui nous place au cœur des institutions, et *via* les entretiens de *Drôle d'Europe*. Sur le web, la plateforme France info utilise un tag « Europe » qui agrège beaucoup de contenus d'envergure continentale. Nous y produisons 15 000 contenus natifs, générant 50 millions de visites. Nous n'avons pas de tag dédié aux institutions européennes. Je pense que c'est quelque chose que nous allons initier. Car il se pose la question de la mesure de ce que nous faisons.

Nous souhaitons continuer à progresser sur le traitement des enjeux européens. C'est-à-dire être capable de traiter l'annonce des Digital Market Act (DMA) et Digital Services Act (DSA) [nouvelles régulations européennes en matière de numérique présentées en décembre 2020, NDLR] en live sur France info puis de le traiter dans le *20 heures* de France 2. L'agenda politique européen existe mais la possibilité de le suivre n'est pas toujours évidente. Donc à nous de créer les conditions pour le traiter, au sein du *20 heures*.

C'est ainsi que France Télévisions a décidé de consacrer à l'Europe une semaine spéciale intitulée « Nous les Européens » du 1^{er} au 9 mai. L'un des temps forts est une soirée entière le 6 mai avec un documentaire sous la forme d'un thriller, *Bruxelles, ton univers impitoyable*, suivi d'un débat en direct du Parlement européen.

Fondation Jean-Jaurès : *Avez-vous mis en place un indicateur pour mesurer votre progression ?*

Laurent Guimier : Nous avons un objectif assez simple de progression d'ici à la présidence française [du Conseil de l'Union européenne, NDLR] de début 2022. Cet objectif n'est pas quantifié. Mais avant de quantifier, on doit d'abord se demander comment s'organiser. Nous souhaitons nous appuyer sur le premier semestre 2022 pour devenir la référence de l'information européenne dans ce pays. Il faut que nous soyons plus que jamais engagés pour que ce réflexe Europe s'impose en interne et que nos téléspectateurs nous

reconnaissent comme le groupe de médias le plus en avance sur le traitement des questions européennes.

Fondation Jean-Jaurès : *Seriez-vous favorable à la mise en place d'une charte engageant les chaînes à renforcer leur couverture des affaires européennes ?*

Laurent Guimier : Nous l'avons fait avec le Pacte pour la visibilité des outre-mer, tout le monde peut dire que c'est un grand succès. Nous sommes partisans de cette démarche constructive, qui peut lever un certain nombre d'incompréhensions. Sur ces dossiers, j'aimerais qu'on n'aborde pas ces questions par le biais d'une obligation *a priori*. Je suis plutôt favorable à ce que l'on se mette autour d'une table, pour en discuter avec les citoyens, les forces politiques, les institutions et nous, les médias – notamment en tant qu'audiovisuel public – pour tomber d'accord sur ce qui permettrait de mieux traiter les affaires européennes.

On peut se projeter dans un avenir proche, qui est aussi numérique, même si les JT restent un marqueur fort dans le cadre d'un groupe comme le nôtre. Si on calcule l'empreinte de la présence de l'Europe sur nos différentes plateformes, des formats spéciaux, des séries, etc., ce sont des sujets passionnants appartenant au registre du service public audiovisuel. Et j'ai envie de les réfléchir avec les parties prenantes du dossier.

L'objectif du 1^{er} janvier 2022 et du début de la présidence française est sans doute une opportunité favorable. Et ce en allant jusqu'à prendre des engagements pour couvrir ce semestre et rendre compte de ce mandat. C'est une idée ponctuelle de la direction de l'information de France Télévisions. Dans le cadre d'une discussion plus globale, cela m'intéresserait qu'on parle de ces questions avec d'autres acteurs politiques et associatifs. Ce qui nous permettra d'éviter toute crispation inutile.

Fondation Jean-Jaurès : *En évoquant ces « crispations », il nous semble qu'il y a dans notre échange ce qu'on pourrait appeler un « éléphant dans la pièce ». Quelle réaction avez-vous eue face aux critiques reprochant à France Télévisions de ne pas avoir diffusé le discours sur l'état de l'Union européenne prononcé par la présidente de la Commission européenne en septembre 2020 ?*

Laurent Guimier : C'est un discours que nous aurions dû diffuser. Et nous ne l'avons pas fait. Cela a pu paraître incompréhensible par rapport à notre engagement en matière de couverture européenne. Et ça ne se reproduira pas.

En revanche, je tiens tout de même à signaler que nous avons été le seul groupe de télévision à traiter de discours en le relatant dans nos éditions d'information et sur la chaîne France info. Je comprends l'émotion d'institutions et d'associations. Mais nous en avons relaté l'essentiel et nous avons été les seuls à le faire.

Fondation Jean-Jaurès : *Nos données tendent à démontrer que la couverture des affaires européennes a chuté en 2020 dans les journaux télévisés. Quelles en sont les raisons selon vous ?*

Laurent Guimier : La crise de la Covid-19 a écrasé l'actualité. Si on opérât d'autres types de comptage sur d'autres sujets, comme l'agriculture ou le sport, une réduction du même ordre serait visible.

La question est de savoir si nous avons assez parlé au cœur de la crise de ce qui se passait dans les institutions européennes au vu de cette chute en 2020. Je pense que nous avons hyper-concentré le traitement des questions européennes sur la place de l'Europe dans la crise de la Covid-19. Ce qui, du coup, réduit l'ensemble. Même si je pense que nous avons bien relaté ce qui se passait dans les institutions au niveau communautaire pendant la crise.

Vos résultats traitent certainement essentiellement de l'actualité des institutions européennes dans la crise. Il faudrait voir le volume mensuel pour étudier ça. Mais si on dézoome, on n'a jamais vu autant de sujets sur ce que vivaient les citoyens européens, au-delà du sujet institutionnel. Et puis on s'est davantage tournés vers l'échelon européen lors des prémices de la campagne vaccinale et l'annonce du plan de relance, ce qui s'est plutôt passé dans la seconde moitié de l'année.

Fondation Jean-Jaurès : *On constate justement que si la négociation du plan de relance européen a été largement traitée dans les JT, la stratégie européenne de vaccination a fait l'objet d'une faible couverture (9 sujets au total) lors des trois premiers trimestres de 2020. Pour quelles raisons selon vous ?*

Laurent Guimier : Ce sont deux objets journalistiques très différents. D'un côté, on a avec le plan de relance un jeu politique qui est le fruit d'interactions que l'on peut traiter. Le sujet des vaccins est lui plus essentiel à traiter au moment où on peut se demander qui sera vacciné, qui reçoit le vaccin au final... Au fond, ce sujet a vite quitté les arcanes de Bruxelles parce qu'il s'agissait de retourner sur le terrain du pays, de voir les gens se faire vacciner, soigner, etc. En comparaison, le plan de relance aura, certes, une traduction concrète, mais qui sera visible plus tard. L'actualité en 2020 s'est donc concentrée sur sa négociation.

Bruno Patino, président d'Arte :
« Le journalisme est né pour raconter l'exercice de leur pouvoir par les pouvoirs. Les institutions européennes ont un exercice du pouvoir qui est complexe à comprendre et à identifier »

Fondation Jean-Jaurès : *Nos données démontrent une fois de plus qu'Arte Journal est le premier JT de France de par la place accordée à l'actualité de l'Union européenne. Comment voyez-vous le positionnement de votre chaîne sur ce sujet ?*

Bruno Patino : Arte est une chaîne profondément européenne jusque dans son identité, au-delà de la ligne éditoriale. Quand on parle d'Europe sur Arte, on parle d'Europe à tous les niveaux, ce qui rassemble les Européens dans leur vie, les interactions entre eux et, bien sûr, la vie des institutions européennes.

Le journal s'ouvre toujours sur une actualité qui dépasse le cadre strictement national. On applique ce traitement à la fois dans le temps court d'Arte Journal et le temps long des documentaires.

Il ne faut toutefois pas confondre l'actualité européenne et celle de Bruxelles et de Strasbourg. La nature même d'Arte est de proposer ces choses qui concernent plus d'un peuple en Europe et créent du commun, contribuent à un espace public européen et – modestement – d'un imaginaire européen.

Fondation Jean-Jaurès : *Qu'est-ce qui bloque, freine, la couverture des affaires européennes sur les autres chaînes françaises selon vous ?*

Bruno Patino : Rien ne bloque en particulier. Le journalisme est né pour raconter l'exercice de leur pouvoir par les pouvoirs. Les institutions européennes ont un exercice du pouvoir qui est complexe à comprendre et à identifier. On pourrait, dans un premier temps, demander que les institutions européennes fassent leur travail de mise en avant. Lorsqu'elles annoncent ce sur quoi elles s'engagent,

comme avec la présentation des Digital Market Act (DMA) et Digital Services Act (DSA), alors, là, on a une couverture presse. Pourquoi ? Parce que, là, on a tous les mécanismes du récit politique : une incarnation avec Thierry Breton et Margrethe Vestager, une problématique réelle – la régulation des acteurs du numérique – et une position claire.

Quand vous êtes dans un mécanisme de négociation permanente comme fonctionne la politique européenne, comment en rendre compte au quotidien ? J'aime lire *Politico* [média spécialisé dans la couverture des affaires européennes, NDLR], mais son contenu est tout de même franchement compliqué quand il traite du travail institutionnel. Si le Congrès des États-Unis fonctionnait comme ça, nous ne saurions pas non plus en faire le récit. Ce ne sont pas les journalistes qui créent le récit, ils relaient une histoire qui a lieu. La panne se situe donc au niveau des institutions. L'exemple du DMA/DSA montre quels sont les ingrédients qui fonctionnent : des personnalités, un projet, un contre-projet ou des ennemis – ici, les géants du numérique. C'est pareil sur l'achat de vaccins. En 2021, tout le monde parle de l'Europe parce que les enjeux sont concrets et qu'un récit existe sur les raisons d'un achat en commun.

Enfin, on peut tout de même relever un problème structurant des médias audiovisuels français. Ils font preuve à mes yeux d'un désintérêt croissant pour l'international et tout ce qui n'est pas français. Pourquoi les chaînes ne s'intéressent plus à ce qui se passe hors des frontières ? C'est une question à creuser.

Fondation Jean-Jaurès : *Arte s'est démarquée ces dernières années à travers le succès de plusieurs fictions (séries, films) européennes. Sur le plan politique, c'est d'ailleurs votre chaîne qui a diffusé Borgen en France. Est-ce qu'à une époque où la politique se raconte fréquemment par la fiction, américaine avec House of Cards ou The West Wing aussi bien que française avec Baron noir, par exemple, l'Union européenne manquerait d'un produit culturel pour sensibiliser les citoyens à son fonctionnement ? Et quel est votre regard sur la série Parlement produite par France Télévisions ?*

Bruno Patino : Plus largement, je crois que l'Union européenne manque de *soft power*. On ne peut pas produire de l'imaginaire *ex nihilo*. Si vous regardez *The West Wing*, ce n'est pas la série qui crée de l'imaginaire. C'est une création fictionnelle qui s'appuie sur deux siècles d'imaginaire, le récit commence en 1776. Est-ce que vous croyez que c'est *The West Wing* qui contribue à populariser le fonctionnement des institutions américaines auprès du public américain ?

Arte traite du fonctionnement des institutions comme faisant partie intégrante d'un projet européen plus large. On procède de la même façon sur le plan culturel, par exemple. Si les institutions européennes sont sous-investies par la fiction, c'est peut-être qu'elles n'ont pas réussi à déployer un imaginaire sous-tendu à leur action.

En ce qui concerne *Parlement*, c'est une série humoristique, est-ce qu'elle crée un imaginaire sur le Parlement européen ? On surestime la force des médias si on pense qu'ils peuvent créer un imaginaire *ex nihilo*. La fiction peut familiariser les gens avec les institutions européennes, mais ce n'est pas ce qui leur donnera une dramaturgie. Le manque d'incarnation, les modes de scrutin ne facilitent pas l'investissement de la politique communautaire comme lieu d'une dramaturgie totale.

Si je reviens à Arte, si on fait une série comme *Borgen*, c'est totalement européen. Pareil pour *Il Miracolo* où on parle du maintien de l'Italie dans l'Union européenne. Autre exemple, la série *Kidnapping* vous balade entre la France, le Danemark et l'Allemagne. Pour Arte, la création de l'imaginaire européen passe par quatre niveaux. Tout d'abord, il s'agit de développer un imaginaire dans les fictions, on y entend plusieurs langues, on passe d'un pays à l'autre. L'Europe devient notre espace naturel, là où se passe le récit. On parle ensuite de ce que vivent les peuples en Europe, on peut penser à l'émission *VoxPop*, par exemple, qui traite une question de société à travers l'ensemble des pays de l'Union européenne. On essaie également d'expliquer en permanence les politiques européennes, ce qui est mené à bien par l'Union européenne. Enfin, on parle du fonctionnement des institutions européennes. Paradoxalement, c'est le plus complexe, car perçu comme lointain par les populations.

Conclusion

Cette étude vient compléter trois années de travaux conduits par la Fondation Jean-Jaurès sur la visibilité de l'Union européenne dans les médias audiovisuels français. Les résultats ont été largement diffusés et commentés par les acteurs – diffuseurs, pouvoirs publics et politiques, journalistes – du secteur. Parmi nos constats, on peut rappeler, en premier lieu, que la couverture de l'actualité de l'Union européenne demeure restreinte au sein des journaux des principales chaînes de télévision et stations de radio. La présente publication confirme cette observation en se concentrant sur les journaux télévisés des chaînes TV traditionnelles, en relevant que 3,6 % des sujets de JT ont traité des questions communautaires entre 2015 et 2020, un résultat qui chute à 2,5 % si on retranche Arte du décompte.

La diffusion de ces données s'accompagne de notre part d'un effort de proposition pouvant amener à une progression de l'ensemble du secteur³⁹. Et ce en vue de procéder à un saut quantitatif de l'information des Français sur la conduite des affaires européennes. En ce sens, on note, depuis 2018, quelques évolutions notables sur ce dossier. En premier lieu, le gouvernement, par la voix du secrétaire d'État aux affaires européennes Clément Beaune, a reconnu publiquement cette problématique à la suite de la faible couverture du discours sur l'état de l'Union européenne de la présidente de la Commission européenne au Parlement européen en septembre 2020, disant « réfléchir à des “mécanismes” pour que cela change⁴⁰ ». Nous notons toutefois qu'aucune mesure concrète n'a encore été annoncée au moment où nous écrivons ces lignes.

Nous observons également un changement d'état d'esprit sur ces questions de la part de France Télévisions. Et ce à travers une mesure concrète : la mise en place d'un indicateur sur l'information européenne dans la part variable de rémunération des cadres dirigeants de l'information⁴¹. Ainsi que plusieurs programmes inédits, dont l'invitation en avril 2020 d'Ursula von der Leyen lors d'une émission en *prime time* sur la réaction française et européenne à la pandémie⁴², ou encore la programmation d'une semaine spéciale précédant le 9 mai 2021, jour de la fête de l'Europe⁴³. La tonalité du discours de la direction de l'information a également évolué, allant dans le sens d'une volonté de progression sur les antennes du groupe.

En ce qui concerne les autres diffuseurs, on a noté récemment quelques progressions, le plus souvent liées au fait que l'Union européenne joue dans la réaction à la pandémie et à ses conséquences un rôle déterminant. Le commissaire européen Thierry Breton a ainsi présenté fin mars 2021 la stratégie vaccinale sur le 20H de TF1, JT le plus regardé de France. Emmanuel Macron y avait déjà annoncé les conclusions du Conseil européen de juillet 2020 et les contours du plan de relance. Et, de manière générale, le débat sur la stratégie vaccinale européenne ou encore le passeport sanitaire amènent les chaînes à traiter de l'actualité européenne de manière renforcée en 2021.

Les récents progrès de la médiatisation des affaires européennes peuvent toutefois constituer un pic ponctuel – à l'image de l'année 2015 qui a vu la crise

39. Elles sont résumées dans le rapport de Rémi Broc, Rémi Lauwerier et Théo Verdier, *Renforcer l'information des français sur l'Union européenne : le défi du cycle européen 2019-2024*, *op.cit.*

40. Cité dans « Le secrétaire d'État Clément Beaune demande aux médias publics de plus parler d'Europe », *Ouest-France*, 17 septembre 2019.

41. Voir l'entretien avec Laurent Guimier.

42. « Et après : la grande émission des Européens » diffusée sur France 2 le 16 avril 2020.

43. Voir « Dossier de presse : #NousLesEuropéens », *FranceTVpro.fr*, 13 avril 2021.

grecque et la crise des réfugiés amener les chaînes à surexposer les questions communautaires par rapport à leurs résultats moyens sur la période 2015-2020. En ce sens, nous souhaitons rappeler qu'une meilleure visibilité de l'actualité de l'Union européenne dans les médias télévisés demande des changements structurels et pérennes. Et ce au sein de nos institutions par une meilleure incarnation et une proximité renforcée de la communication des pouvoirs publics européens en France. Un changement à corréluer avec une démocratisation de la conduite des affaires européennes sur le plan national. On note, par exemple, que les débats à l'Assemblée nationale et au Sénat sur l'adoption du plan de relance européen ont fait l'objet d'un faible traitement médiatique. Ce type d'échanges met pourtant en scène des personnalités connues des Français sur des clivages concrets vis-à-vis des orientations politiques de l'Union européenne. Il faudra ainsi voir le gouvernement, les parlementaires et les forces politiques multiplier les occasions d'un débat national sur l'Europe pour pouvoir espérer voir les diffuseurs s'en emparer. Enfin, le dernier niveau d'action est à mener par les médias audiovisuels eux-mêmes, par la mise en place d'indicateurs permettant une mesure de leur mise en avant des enjeux européens et d'enclencher une progression durable. Quelques constats attestent des lacunes persistantes de notre information télévisée sur l'Europe.

Interrogés à l'été 2020, les Européens, tout comme les Français, considéraient comme prioritaire que l'Union européenne investisse des moyens pour trouver un traitement et un vaccin⁴⁴. Alors que l'Union était justement en train de coordonner la commande de doses ainsi que le financement de la recherche, seuls 9 sujets de JT ont évoqué la stratégie vaccinale européenne sur les trois premiers trimestres de l'année. Au-delà du caractère exceptionnel de la crise liée à la Covid-19, quand on étudie la couverture des élections européennes, on peut souligner la visibilité croissante accordée au scrutin par les JT. On peut toutefois souligner que les journaux des chaînes privées, M6 et TF1, continuent de consacrer une part marginale de leurs programmes aux questions européennes, même l'année des européennes (2,7 % pour TF1, 3,3 % pour M6 en 2019). Le premier JT de France, le 20H de TF1, est le dernier des journaux télévisés étudiés de par la place qu'il a accordée à la question cette année-là.

Pour conclure, si plusieurs éléments nous permettent de demeurer optimistes et d'espérer une progression de la visibilité de l'actualité de l'Union européenne dans le débat public, nous continuons d'attirer l'attention des décideurs publics et des diffuseurs sur la difficulté des médias audiovisuels pour leur accorder une juste place dans leurs programmes d'information.

44. « Déployer des moyens financiers pour trouver un traitement ou un vaccin » et « mettre en place une stratégie pour faire face à une crise comparable dans le futur » constitue les deux premières priorités citées par les Européens lorsqu'on les interroge sur la réponse européenne à l'épidémie de Covid-19. Voir *Eurobaromètre standard 93, été 2020*, Commission européenne, juillet-août 2020.

Table des matières

01	Introduction
01	Une évaluation dans la durée de la place accordée à l'Union européenne dans les médias audiovisuels français
02	Note méthodologique
03	Principaux résultats
07	Vers une médiatisation croissante des élections européennes dans les journaux télévisés
08	Les élections européennes : temps fort de la couverture de l'actualité de l'Union européenne
10	Un traitement différencié de l'actualité européenne selon les chaînes
13	2019-2020 : quelle visibilité les Français ont-ils eue des évolutions récentes de l'Union européenne et de son action ?
14	Juin-décembre 2019 : le Brexit et la nomination des nouveaux dirigeants européens au premier plan de l'actualité communautaire
17	Janvier-juin 2020 : la pandémie et ses conséquences dans l'actualité de l'Union européenne
22	L'incarnation de l'Union européenne à l'écran
27	Entretiens : le regard des chaînes publiques sur la couverture des affaires européennes
27	Laurent Guimier, directeur de l'information de France Télévisions
30	Bruno Patino, président d'Arte
33	Conclusion

Collection dirigée par Gilles Finchelstein et Laurent Cohen

© Éditions Fondation Jean-Jaurès
12, cité Malesherbes - 75009 Paris

www.jean-jaures.org

Derniers rapports et études :

01_2020 : Pour travailler à l'âge du numérique, défendons la coopérative !
Jérôme Giusti, Thomas Thévenoud

02_2020 : Financement de la vie politique en France :
11 propositions pour insuffler de la justice
Émeric Bréhier, Hugo Le Neveu-Dejault

06_2020 : Défendre les droits des personnes intersexes :
pour une évolution ambitieuse du droit et des pratiques
Flora Bolter, Anne-Lise Savart

07_2020 : La rémunération du travail politique
sous la direction d'Éric Kerrouche et Rémy Le Saout

08_2020 : Construire la résilience territoriale pour anticiper les chocs à venir
Coordination « bouclier anti-Covid » des maires franciliens (COMIF)

08_2020 : Repenser notre fiscalité. Manifeste pour une imposition plus simple et plus équitable
Brice Gaillard

11_2020 : N'est pas métropole qui veut, ou le trompe-l'œil lyonnais
Vincent Aubelle

11_2020 : Repenser nos sociétés à l'aune des Objectifs de développement durable
sous la direction de Jennifer De Temmerman et Alain Dubois

03_2021 : La Protection salariale garantie
Amin Mbarki, Samuel Toubiana, Anthony Paulin

03_2021 : La raison d'être des entreprises : deux ans après, premier bilan

03_2021 : Travailler à l'âge du numérique : l'an II des coopératives !
Jérôme Giusti, Thomas Thévenoud

 fondationjeanjaures

 @j_jaures

 fondation-jean-jaures

 www.youtube.com/c/FondationJeanJaures

www.jean-jaures.org


Fondation
Jean Jaurès
ÉDITIONS