



L'économie des télévisions locales hertziennes françaises*

Étude comparative portant sur l'exercice 2009 de 30 chaînes locales en exploitation

* Télévisions locales hertziennes de métropole hors chaînes régionales d'Ile-de-France

Mars 2010

Sommaire

1. Communiqué de presse	3
2. Méthodologie	5
3. Synthèse	8
4. Constats	11
4.1. Pour les chaînes de la catégorie 1	11
4.2. Pour les chaînes de la catégorie 2	13
4.3. Pour les chaînes de la catégorie 3	15
4.4. Pour les chaînes de la catégorie 4	17
5. Synthèse des tableaux	18
6. Conclusion	20
7. A propos de DB Développement	20
8. A propos de TLSP	21

Catégorie 1 : chaînes locales créées de la fin des années 1980 à 2000

Catégorie 2 : chaînes locales créées sur le câble ayant accédées à la diffusion hertzienne

Catégorie 3 : Chaînes locales hertziennes créées en vue de l'arrivée de la TNT de 2002 à 2006

Catégorie 4 : Chaînes locales créées avec la TNT

Étude réalisée par DB Développement pour le compte de TLSP

Contacts :

TSLP

Elisabeth Clément

Déléguée générale

06 60 82 71 74

e.clement@tlsp.fr

DB développement

Didier Bailleux

06 07 91 84 79

didier@bailleux.tv

1. Communiqué de presse

La situation économique des télévisions locales s'est améliorée en 2009

L'étude annuelle sur les modèles économiques de la télévision locale hertzienne menée par DB Développement et TLSP montre qu'en 2009 la santé économique de ce secteur s'est améliorée.

Réalisé auprès de trente chaînes en exercice, ce baromètre révèle qu'une majorité d'entre elles ont su augmenter leurs revenus et contenir, voire diminuer, leurs charges d'exploitation améliorant d'autant leurs résultats. Ainsi, en 2009, 8 chaînes étaient à l'équilibre d'exploitation.

Si le bilan reste contrasté, toutes les chaînes ne sont pas dans la même situation, on constate cependant que les modèles économiques des différentes chaînes ont tendance à se rapprocher avec des charges d'exploitation plus contenues et des financements publics accrus, confirmant ainsi le développement du modèle d'économie mixte associant revenus publicitaires et financements publics déjà mis en évidence dans l'étude menée sur 2008.¹

Ces dotations publiques permettent aux chaînes de maintenir et de développer leurs offres de programmes locaux, positionnement qui, dans un univers très concurrentiel, apparaît comme une des conditions de succès de la télévision locale. Dans plusieurs régions, ces financements publics ont permis de développer des productions extérieures, faisant ainsi des chaînes locales des acteurs du soutien aux filières de production en région.

Des revenus publicitaires en progression

Malgré la crise économique qui a conduit à un repli général des investissements publicitaires, les chaînes locales hertziennes ont, en 2009, maintenu ou accru leurs revenus publicitaires. Au total, l'ensemble des chaînes locales hertziennes ont collecté en 2009 près de 20 M€ de recettes publicitaires contre environ 18 M€ en 2008. Le CA publicitaire moyen par chaîne est ainsi passé de 740 K€ en 2008 à 788 K€ en 2009.

Les plus fortes progressions ont été enregistrées par les chaînes historiques hertziennes (+ 4,9 % avec un CA publicitaire moyen de 1,56 M€) . À noter également la bonne performance des nouvelles chaînes de la TNT, nées en 2009, avec une moyenne de 0,36 M€ de CA sur un exercice moyen de 6 mois.

D'une manière générale, les revenus tirés de la publicité nationale restent sur des niveaux très faibles (moins de 10 % des revenus publicitaires pour les chaînes historiques et moins de 5 % pour les chaînes récentes).

Par ailleurs, la plupart des chaînes ont su diversifier leurs revenus en développant d'autres recettes (ventes de prestations principalement) qui peuvent sur certaines chaînes contribuer jusqu'à 12 % de l'ensemble de leurs revenus.

Des dotations publiques en forte augmentation

¹ Lien vers la synthèse de l'étude 2008 <http://www.tlsp.fr/Les-modeles-economiques-des.html>

En 2009 comparé à 2008, les revenus provenant de dotations publiques (essentiellement sous forme de contrats d'objectifs et de moyens) ont fortement progressé. Ils sont passés en moyenne de 442 K€ par chaîne en 2008 à 600 K€ en 2009 (toutes chaînes confondues) soit une progression moyenne de près de 36%. Ces dotations publiques assurent aujourd'hui en moyenne (toutes chaînes confondues) 35 % de leurs besoins en financement (et 44 % de leurs revenus).

La progression des apports en dotations publiques n'a pas été du même niveau pour toutes les catégories de chaînes. Les plus fortes progressions revenant aux chaînes qui en bénéficiaient le moins.

Des charges d'exploitation en diminution

D'une manière générale, les chaînes ont diminué leurs charges d'exploitation. Le budget moyen (toutes chaînes confondues) est ainsi passé de 2 M€ en 2008 à 1,7 M€ en 2009 (en intégrant les nouvelles chaînes de la TNT). La baisse la plus importante (- 15,2 %) a pu être constaté sur les chaînes hertziennes historiques qui disposent des budgets les plus importants. Par contre, pour les chaînes historiques nées sur le câble, les charges d'exploitation ont progressé à périmètre constant en moyenne de 7,1%.

Quant aux budgets des nouvelles chaînes de la TNT (en moyenne 1,5 M€) ils semblent davantage avoir pris en compte les potentiels réels de ressources de leurs territoires de diffusion, qu'il s'agisse des revenus publicitaires ou des dotations publiques.

Des résultats en amélioration mais une situation qui reste contrastée

La conjugaison de la baisse des charges et de la progression des revenus ont permis à de nombreuses chaînes d'améliorer de manière très substantielle leurs résultats d'exploitation. La moyenne des résultats est ainsi passée de - 685 K€ en 2008 à - 352 K€ en 2009. Mais les situations sont différentes suivant les catégories de chaînes. L'amélioration la plus forte a été constatée sur les chaînes hertziennes historiques dont les niveaux de perte sont en recul de 77,8 % (effets des restructurations menées en 2009).

L'amélioration de la situation financière des chaînes locales passe aujourd'hui par une baisse de leurs charges actuelles de diffusion en TNT. En effet, les chaînes diffusées sur le multiplexe R1 doivent s'acquitter des coûts des émetteurs non utilisés, qui ont pour incidence un doublement de leurs charges de diffusion. Cette situation ne devrait pas s'améliorer avec l'augmentation mécanique du nombre de réémetteurs TNT.

Enfin, la mise en œuvre de synergies entre les chaînes d'une même région, comme c'est le cas en Bretagne, dans le Grand Ouest ou en Nord-Pas-de-Calais, peut être un moyen pour les télévisions locales de consolider leurs positions. Elles permettent à la fois des enrichissements de leurs offres de programmes respectifs, des baisses de certaines de leurs charges d'exploitation et la commercialisation d'offres publicitaires auprès d'annonceurs régionaux. On pourrait ainsi considérer qu'il s'agit là de l'émergence d'une structuration du secteur avec la création de plaques régionales.

Fin 2009, 35 chaînes locales hertziennes étaient en exploitation (hors chaînes d'Ile de France). Le poids économique des télévisions locales hertziennes en exercice était en 2009 de l'ordre de 76 M€ (cumul de l'ensemble des budgets d'exploitation hors chaînes de l'Ile de France). Le nombre d'emplois directs salariés (hors intermittents) est estimé à environ 500 personnes équivalent temps complet.

2. Méthodologie

Pour la réalisation de cette étude n'ont été retenus que les chaînes en exercice, **soit au total 30 services** (lors de l'étude précédente menée en 2009, ont été prises en compte 20 chaînes en exercice et 14 chaînes en projet). Les éléments chiffrés recueillis portent sur l'exercice 2009.

La classification des chaînes en 4 catégories établie lors de l'étude précédente, a été conservée. Elle reste d'actualité et permet de mesurer les évolutions et l'établir des comparaisons.

- **Catégorie 1** : Les chaînes historiques : chaînes de la première génération nées à partir de 1988 : TLT Toulouse, TLM, TV8 Mont-Blanc...
- **Catégorie 2** : Les chaînes historiques du câble passées en mode hertzien : TV Rennes 35, Canal 15, LMTV, Angers 7...
- **Catégorie 3** : les chaînes hertziennes récentes : Télénantes, Nantes 7, LCM, TV Tours, 7L... Chaînes créées avant 2007 (date des premiers appels aux candidatures TNT)
- **Catégorie 4** : Les nouvelles chaînes de la TNT en exploitation et autorisées suite aux différents appels à candidatures intervenus depuis novembre 2007.

Sur la catégorie 1, le panel des chaînes est resté constant avec un nombre de 6 chaînes. Sur la catégorie 2, le panel a été porté de 5 à 10 chaînes avec l'arrivée de nouvelles chaînes venues du câble (Weo, Alsace 20...) et la prise en compte de chaînes dont les chiffres n'étaient pas disponibles ou pas significatifs sur 2008 (Cityzen racheté par Normandie Tv, Télé Miroir, TL7, Canal 15). Sur la catégorie 3, le panel est passé de 7 à 9 chaînes avec l'autorisation en TNT de TVPI et la prise en compte de TV Vendée. Quant à la catégorie 4, sur l'étude 2009, nous avons étudié les budgets de 14 projets de chaînes pas encore en exercice, certains ont intégré d'autres catégories (Wéo et Alsace 20 sur la catégorie 2 ou TVPI sur la catégorie 3) et d'autres chaînes présélectionnées n'ont pas démarré (Cap Toulon, Cap Champagne, Cap Nice, TPO (Perpignan), TV 185 (Belfort-Montbéliard) ou TV Limoges). Sur cette nouvelle version de l'étude, la catégorie 4 est composée de 5 chaînes en exercice créées avec la TNT.

Pour faciliter les comparaisons avec 2008 les panels des catégories 2 et 3 ont aussi été conservés dans leur périmètre initial. Nous avons donc sur ces deux catégories deux sous panels : à périmètre constant et nouveau périmètre.

Composition des panels

Catégorie 1 : les chaînes historiques hertziennes

TLT
TV7
TLM
TV8 Mt Blanc
Clermont 1ère
Télé Sud Vendée

Catégorie 2 : les chaînes historiques du câble (Nouveau périmètre)

TV Rennes 35
Images +
Canal 15
LMTV
Angers 7
TL7
Télé Miroir
WEO
Alsace 20
Normandie TV

Catégorie 3 : les chaînes récentes créées avant la TNT (Nouveau périmètre)

TéléGrenoble
Télé Nantes
Nantes 7
LCM
TV Tours
BIP TV
7L TV
TVPI
TV Vendée
TLP

Catégorie 4 : les nouvelles chaînes de la TNT

TY TV
Voo.TV
Grand Lille
TV 77
Tébéo

Sur la version 2009, les sources de l'étude étaient issues de l'analyse des comptes déposés, de données en possession de TLSP et de déclaratifs chaînes. En 2010, nous avons mis en ligne un formulaire permettant aux chaînes de répondre directement et de renseigner certaines nouvelles données qui n'étaient pas en notre possession, comme les revenus publicitaires extra locaux, le budget pigistes ou encore les coûts de diffusion TNT.

Le formulaire en ligne a permis de renseigner les données suivantes :

- Budget d'exploitation
- Effectifs
- Budget pigistes
- Charges de diffusion TNT
- Total CA publicitaire
- CA publicitaire local

- CA publicitaire national
- CA divers
- Dotations publiques

Le formulaire mis en ligne :

The form is titled "ETUDE SUR LES MODÈLES ÉCONOMIQUES DES TÉLÉVISIONS LOCALES" and is associated with TLSP, DB Développement, and Tévolys. It contains the following fields and options:

- Nom de la chaîne
- Nom du contributeur
- Zones de diffusion (Villes, agglomérations, départements ...)
- Diffusion hertzienne analogique (oui / non)
- Diffusion TNT (oui / non)
- Diffusion ADSL (offre d'IPTV) (oui / non) | Précisez les noms des opérateurs
- Diffusion câble (oui / non)
- Diffusion Internet streaming (oui / non)
- Population couverte | Nombre
- Population initialisée base Médiamétrie | Nombre
- Population initialisée autre base | Nombre | Précisez base
- Effectifs permanents de la chaîne | Nombre
- Budget d'exploitation total annuel | en K€
- Budget annuel intermittents | en K€
- Coûts de diffusion TNT | en K€
- Revenus publicitaires totaux | en K€ | Précisez : spots, parrainages
- Revenus publicitaires extra locaux | en K€
- Autres revenus | en K€ | Précisez : ventes prestations, coproductions, netites
- Dotations publiques | en K€ | Précisez nature : contrats, objectifs et moyens ou autres

A "PARTICIPER" button is located at the bottom of the form.

- L'ensemble des données recueillies a été moyenné par catégorie et rapporté au nombre d'habitants initialisés (base Médiamétrie) permettant des comparaisons entre les chaînes. Par rapport à l'année précédente sur certaines catégories, les bases d'initialisés ont évolué sensiblement avec l'augmentation de la couverture de certaines chaînes ou des extrapolations ont conduit dans d'autres cas à diminuer les moyennes des bases d'initialisés.

- N'ont pas été prises en compte dans cette étude les chaînes franciliennes car nous les avons considérées comme étant plus proches de services nationaux de télévision.

L'étude 2010 permet en définitive une double analyse des chiffres :

- dans la comparaison avec 2008
- dans l'utilisation des ratios (calculs rapportés par habitant initialisé)

3. Synthèse

Au global, l'analyse des chiffres de l'année 2009 montre que la santé économique des chaînes locales hertziennes va plutôt en s'améliorant. Les chaînes ont su pour la plupart résister à la crise économique et développer leurs revenus, qu'il s'agisse de la publicité, de la vente de prestations ou encore et surtout de dotations publiques. Une majorité de chaînes en exploitation a réduit de manière substantielle leurs charges d'exploitation améliorant d'autant leur rentabilité. **Ainsi, en 2009, 8 chaînes étaient à l'équilibre d'exploitation** (sur 30 étudiées). **Cependant le bilan économique des chaînes locales reste contrasté.** L'amélioration de la situation économique et financière est surtout remarquable pour les chaînes les plus anciennes, qui ont réduit de manière importante leurs charges d'exploitation et qui ont fait progresser, dans le même temps, l'ensemble de leurs revenus. De leur côté, les nouvelles chaînes de la TNT avec des budgets réduits et de bonnes performances commerciales offrent des perspectives de d'équilibre à moyen terme. **Cependant la situation des chaînes reste fragile notamment à cause des coûts de diffusion en TNT.**

Si le bilan est contrasté on peut cependant constater que les modèles économiques des différentes catégories de chaînes ont tendance à se rapprocher avec des charges d'exploitation plus contenues et des financements publics accrus, confirmant ainsi le développement du modèle d'économie mixte mis en évidence dans l'étude menée sur 2008.²

Ces dotations publiques permettent aux chaînes de maintenir et de développer leurs offres de programmes locaux, positionnement qui, dans un univers très concurrentiel, apparaît comme une des conditions de succès de la télévision locale. Dans plusieurs régions, ces financements publics ont permis de développer des productions extérieures, faisant ainsi **des chaînes locales des acteurs du soutien aux filières de production en région.**

Des revenus publicitaires en progression

Malgré la crise économique qui a conduit à un repli général des investissements publicitaires, **les chaînes locales hertziennes ont, en 2009, maintenu ou accru leurs revenus publicitaires.** Au total, l'ensemble des chaînes locales hertziennes ont collecté en 2009 près de 20 M€ de recettes publicitaires contre environ 18 M€ en 2008. Le CA publicitaire moyen par chaîne est ainsi passé de 740 K€ en 2008 à 788 K€ en 2009.

Les plus fortes progressions ont été enregistrées par la catégorie des chaînes historiques hertziennes (+ 4,9 % avec un CA publicitaire moyen de 1,56 M€) . A noter

² Lien vers la synthèse de l'étude 2008 <http://www.tlsp.fr/Les-modeles-economiques-des.html>

également la bonne performance des nouvelles chaînes de la TNT nées en 2009 avec une moyenne de 0,36 M€ de CA sur un exercice moyen de 6 mois. Ces résultats les placent en revenu publicitaire par habitant initialisé au même niveau que nombre de chaînes plus anciennes.

D'une manière générale, les revenus tirés de la publicité nationale restent pour les chaînes locales très faibles. Pour les chaînes les plus importantes, ils représentent moins de 10 % de l'ensemble de leurs revenus publicitaires et pour les moins importantes ou les plus récentes moins de 5 %. Bien que l'absence de régie extra locale depuis le 30 juin 2009 a eu des incidences sur les montants de chiffres d'affaires réalisés, il se confirme bien que les apports de revenus tirés d'annonceurs nationaux ne peuvent à eux seuls apporter les revenus nécessaires à l'équilibre économique des télévisions locales hertziennes.

Par ailleurs, **la plupart des chaînes ont su diversifier leurs revenus en développant d'autres recettes** (ventes de prestations principalement) qui peuvent sur certaines chaînes contribuer jusqu'à 12 % de l'ensemble de leurs revenus.

Des dotations publiques en forte augmentation

En 2009 comparé à 2008, **les revenus provenant de dotations publiques** (essentiellement sous forme de contrats d'objectifs et de moyens) **ont fortement progressé**. Ils sont passés en moyenne de 442 K€ par chaîne en 2008 à 600 K€ (toutes chaînes confondues) **soit une progression moyenne de près de 36%**.

- *Les dotations publiques moyennes par habitant initialisé sont ainsi passées de 0,87€ en 2008 à 1,68 € en 2009.*

La progression des apports en dotations publiques n'a pas été du même niveau pour toutes les catégories de chaînes. Les plus fortes progressions revenant aux chaînes qui en bénéficiaient le moins.

- *Pour les chaînes récentes Cat. 3 (chaînes hertziennes créées avant la TNT) la moyenne des dotations publiques est passée de 250 K€ en 2008 à 605 K€ soit une progression de 142 %.*
- *Pour les chaînes historiques hertziennes Cat. 1 la moyenne est passée de 310 K€ en 2008 à 488 K€ en 2009 soit une progression de 57,5 %.*
- *Pour les chaînes historiques nées sur le câble Cat. 2 bénéficiant en 2008 déjà d'un niveau de financement public significatif (60 %) la moyenne des dotations publiques n'ont que très légèrement progressé (+1,5 % à périmètre constant).*

On peut considérer que l'implication financière des collectivités dans les chaînes est un moyen d'assurer en tout ou partie le financement de la production de contenus locaux. Ainsi, il est intéressant de noter que si la moyenne des financements publics se rapproche de 50 % des revenus des chaînes, ce pourcentage correspond à la part de contenus locaux devant être diffusés par les chaînes (quota CSA).

Des charges d'exploitation en diminution

D'une manière générale, les chaînes ont diminué leurs charges d'exploitation. Le budget moyen (toutes chaînes confondues) est ainsi passé de 2 M€ en 2008 à 1,7 M€ en 2009 (en intégrant les nouvelles chaînes de la TNT). La baisse la plus importante (-15,2 %) a pu être constaté sur les chaînes hertziennes historiques qui disposent des

budgets les plus importants. Par contre, pour les chaînes historiques nées sur le câble les charges d'exploitation ont progressé à périmètre constant de 7,1%.

- *Pour les chaînes historiques hertziennes, les budgets moyens sont ainsi passés de 2,8 M€ en 2008 à 2,37 M€ en 2009.*
- *Pour la catégorie des chaînes historiques nées câble les budgets moyens sont passés de 1,58 M€ en 2008 à 1,69 M€ en 2009.*
- *Pour les chaînes récentes nées avant la TNT les budgets moyens sont passés de 1,69 M€ en 2008 à 1,53 M€ en 2009.*
- *Le coût des chaînes par habitant initialisé et par an (toutes chaînes confondues) est ainsi passé de 3,93 € en 2008 à 3,65 € en 2009.*

Quant aux nouvelles chaînes de la TNT, hors exception, les budgets moyens sont inférieurs à 1,5 M€ (contre 1,7 M€ en moyenne toutes chaînes confondues). Les budgets de ces chaînes semblent davantage avoir pris en compte les potentiels réels de ressources de leurs territoires de diffusion, qu'il s'agisse des revenus publicitaires ou des dotations publiques.

- *Pour les nouvelles chaînes de la TNT, le budget moyen d'exploitation s'est établi à 1,4 M€.*

Des résultats en amélioration mais une situation qui reste contrastée

La conjugaison de la baisse des charges d'exploitation et de la progression des revenus ont permis à de nombreuses chaînes d'améliorer de manière très sensible leurs résultats. La moyenne des résultats est ainsi passée de - 685 K€ en 2008 à - 352 K€ en 2009. Mais les situations sont différentes suivant les catégories de chaînes. L'amélioration la plus forte a été constatée sur les chaînes hertziennes historiques dont les niveaux de perte sont en recul de 77,8 %. **La réduction a également été sensible pour les chaînes récentes** qui ont vu leurs résultats s'améliorer de 36,9 %. **Quant aux chaînes historiques du câble leurs charges ayant augmenté plus vite que leurs revenus** leurs déficits d'exploitation se sont creusés en moyenne d'un peu moins de 100 K€. **En 2009, 8 chaînes locales hertziennes étaient à l'équilibre d'exploitation.**

- *Pour les chaînes hertziennes historiques, le résultat moyen est passé de - 780 K€ en 2008 à - 173 K€ en 2009.*
- *Pour les chaînes récentes, le résultat moyen est passé de - 910 K€ en 2008 à - 574 K€ en 2009 (à périmètre constant).*
- *Pour les chaînes historiques du câble, le résultat moyen est passé de - 170 K€ en 2008 à - 288 K€ en 2009 (à périmètre constant).*

On peut observer que les restructurations menées en 2009 sur un certain nombre de chaînes historiques ont permis d'améliorer de manière substantielle leurs situations financières.

Les nouvelles chaînes de la TNT, qui ont su davantage calibrer leurs budgets sur les potentiels de ressources de leurs territoires, devraient pouvoir atteindre leur équilibre d'exploitation avant la 5^{ème} année comme le prévoyait leurs plans d'affaires prévisionnels.

La situation financière des chaînes historiques devrait encore pouvoir s'améliorer avec la fin du simulcast en supprimant les coûts de diffusion en analogique.

Cependant la diffusion en TNT représente une charge trop importante pour les chaînes locales. En effet, les chaînes diffusées sur le multiplexe R1 doivent s'acquitter des coûts des émetteurs non utilisés, qui ont pour incidence, aujourd'hui, un doublement de leurs charges de diffusion. Cette situation ne devrait pas s'améliorer avec l'augmentation mécanique du nombre de réémetteurs TNT. **Il apparaît comme logique que les chaînes locales ne devraient payer que les capacités qu'elles utilisent réellement, sans cela leurs résultats s'en trouveraient de nouveaux dégradés.**

Nous estimons enfin que la réduction des charges arrive aujourd'hui à un niveau en deçà duquel il est dangereux de descendre, à minima sans remettre en cause la qualité des programmes locaux imposés par le CSA ou les volumes de productions propres qui font l'identité et le succès des chaînes locales. Des marges de progression pourraient intervenir sur les mises en synergie de moyens entre chaînes d'une même région ou d'une même zone. Cette collaboration inter chaînes peut aboutir à la création de pôles de productions régionaux susceptibles à la fois d'alimenter en programmes originaux les chaînes et se soutenir les filières de productions régionales. C'est le cas de la région Bretagne qui a mis en place avec le soutien du Conseil Régional une telle unité de production. Sur ce type de projets (GIE Grand Ouest, Saem Nord-Pas de Calais, GIE Lorraine...) des rapprochements entre les chaînes et les structures régionales d'aide à la production apparaissent comme pertinentes. Cette mutualisation locale peut également déboucher sur la commercialisation d'offres publicitaires de dimension régionale pouvant optimiser de type de revenus. **On pourrait ainsi considérer qu'il s'agit là de l'émergence d'une structuration du secteur allant vers la création de plaques régionales.**

Fin 2009, 35 chaînes locales hertziennes étaient en exploitation (hors chaînes d'Ile de France). Le poids économique des télévisions locales hertziennes en exercice était en 2009 de l'ordre de 76 M€ (cumul de l'ensemble des budgets d'exploitation hors chaînes de l'Ile de France). Le nombre d'emplois directs salariés (hors intermittents) est estimé à environ 500 personnes équivalent temps complet.

4. Constats

L'analyse des données a été conduite sur chacune des 4 catégories de chaînes.

4.1. Pour les chaînes de la catégorie 1

Sur les revenus :

- Les revenus publicitaires des chaînes de cette catégorie ont enregistré **une progression moyenne de 4,9 %**, passant de 1,49 M€ en 2008 à 1,56 M€ en 2009. Rapporté au revenu publicitaire par habitant initialisé il est passé de 2,09 € à 2,17 €.
- La part de **la publicité extra locale a représenté en 2009, 8,5 %** du total des revenus publicitaires de cette catégorie de chaînes. Ce chiffre pourrait apparaître comme significatif notamment si on considère que l'exercice n'a été que de 8 mois après l'arrêt de la commercialisation de la publicité extra locale le 31 août 2009. Mais il faut préciser qu'en valeur absolue les niveaux de

revenus apportés ont été peu importants et qu'ils ont surtout profité aux chaînes les plus importantes, dont celles de la catégorie 1.

- Sur cette catégorie de chaînes, **les dotations publiques ont progressé de 57,5 % par rapport à 2008**, passant en moyenne de 310 K€ en 2008 à 488 K€ en 2009. Elles ont permis, en moyenne, de financer 20,56 % des budgets des chaînes contre 10,9 % en 2008. Rapportées aux habitants initialisés les dotations publiques annuelles sur cette catégorie se sont établies à 0,68 € contre 0,43 € en 2008.
- **Les autres revenus de cette catégorie de chaînes ont également progressé** en passant en moyenne de 130 K€ à 150 K€ soit une progression de 15,4 %.
- **Au total l'ensemble des revenus des chaînes de cette catégorie ont progressé de 14,1 %** passant en moyenne de 1,930 M€ en 2008 à 2,202 M€ en 2009.

Sur les charges :

- **Elles ont enregistré un recul moyen de – 15,2 %**, les budgets d'exploitation passant en moyenne de 2,8 M€ en 2008 à 2,375 M€ en 2009, soit un coût de chaîne par habitant passant de 3,92 € à 3,30 €.
- Ces économies ont pu être réalisées grâce essentiellement à **des réductions importantes des effectifs** qui sont en moyenne passés de 31 personnes à 20 personnes, soit une baisse moyenne de 36 %. Il est important de noter qu'avec une moyenne de 40 %, la masse salariale représente le poste de charges le plus important dans les budgets des chaînes de télévision locales.

Sur les résultats :

- La conjugaison de la baisse des charges d'exploitation et de la progression des revenus (publicité et surtout dotations publiques) **a permis à cette catégorie de chaînes d'améliorer de manière très importante leurs résultats** qui sont passés d'un déficit moyen de – 780 K€ en 2008 à – 173 K€ en 2009.

En conclusion :

En jouant à la fois sur la baisse de leurs charges d'exploitation et sur la progression de leurs revenus, notamment ceux qui proviennent des collectivités territoriales, **les chaînes de cette catégorie ont considérablement amélioré leur rentabilité.**

En poursuivant ces efforts, certaines de ces chaînes pourraient être à l'équilibre d'exploitation en 2010. Les effets des restructurations mises en œuvre chez certaines d'entre elles ont joué à plein. Et elles conservent malgré tout des marges de progression à la fois sur la part des dotations publiques qui restent en deçà des moyennes des autres catégories et sur les baisses attendues de leurs coûts de diffusion avec notamment l'arrêt de la diffusion en analogique. Par ailleurs, si ces chaînes, comme l'ensemble des autres chaînes diffusant en TNT, ne devaient plus à avoir à payer les coûts des émetteurs non utilisés sur le multiplexe R1, qui représentent aujourd'hui un doublement de leurs charges de diffusion en TNT, leurs situations financières s'en trouveraient nettement améliorées.

Données moyennées sur les chaînes de la catégorie 1

	Populations Initialisées	Budgets	Effectifs	CA totaux	CA pub	CA divers	Dotations publiques	Résultats	Coûts / habitant	Revenus pub / hbt	Dotations publiques /hbt
2008	714 000	2,8 M€	31	1,9 M€	1,49 M€	0,13 M€	0,31 M€	- 0,78 M€	3,92 €	2,09 €	0,43 €
2009	720 000	2,3 M€	20	2,2 M€	1,56 M€	0,15 M€	0,49 M€	- 0,173 M€	3,30 €	2,17 €	0,68 €

Source DB Développement / TLSP

4.2. Pour les chaînes de la catégorie 2

Rappel : sur l'étude menée en 2008 cette catégorie comportait 5 chaînes, en 2009 elle en comporte 10.

Sur les revenus :

- Sur cette catégorie de chaînes, et à périmètre constant, **la moyenne des revenus publicitaires a enregistré en 2009 un recul de 12,4 %**, ils passent ainsi de 400 K€ en moyenne en 2008 à 350 K€ en 2009. Si en valeur absolue le différentiel est peu important, il est cependant à comparer aux résultats des chaînes de la catégorie 1 qui ont enregistré une progression de 4,9% sur la même période. Le revenu publicitaire par habitant initialisé s'est établi en 2009 à 1,19 €, soit 1 € de moins que pour la catégorie 1. Sur le nouveau périmètre, donc avec l'ajout de 5 nouvelles chaînes, le CA publicitaire moyen s'établit à 458 K€ (contre 350 K€ sur le périmètre constant). Les nouveaux entrants ont donc réalisé des chiffres d'affaires publicitaires moyens plus importants que les chaînes plus anciennes de cette même catégorie.
- Quant à **la pub nationale, si elle représente 8,57 %** du total des revenus publicitaires des chaînes les plus anciennes de cette catégorie, avec l'arrivée des nouvelles chaînes, **elle s'établit alors en moyenne à 5,52 %**.
- **Sur les autres revenus**, et à périmètre constant, **ils ont été multiplié par deux (+ 103,7 %)** passant en moyenne de 60 K€ en 2008 à 122 K€ en 2009. Cette progression est encore plus importante sur le nouveau périmètre puisqu'ils sont alors en moyenne de 168 K€. On retrouve ici la tendance constatée sur la publicité.
- **Quant aux dotations publiques, sur le même périmètre, elles n'ont que très légèrement progressé (+1,5 %)**. On pourrait considérer que pour ces chaînes qui appartiennent à la catégorie qui fait le plus appel aux financements publics (57 % de leurs budgets) un seuil maximum soit atteint (tout du moins en valeur absolue). **La moyenne des dotations publiques est ainsi passée de 950 K€ en 2008 à 964 K€ en 2009**. Soit une dotation publique annuelle par habitant initialisé de 3,28 €, ce qui finance en moyenne 57 % de leurs budgets d'exploitation. **Sur le nouveau périmètre**, les dotations publiques sont en moyenne proportionnellement moins importantes, **elles sont de 817 K€** contre 964 K€ à périmètre constant. Cette baisse de la moyenne des financements publics s'explique par le faible niveau ou l'absence de dotations publiques pour deux des nouvelles chaînes de cette catégorie. Il ne s'agit pas d'un cas général, en effet, pour les 3 autres chaînes, les apports en dotations publiques sont sur des niveaux comparables aux chaînes anciennes. Pour les mêmes raisons, le calcul du ratio des dotations publiques par habitant et par an n'est pas significatif.

- **En définitive à périmètre constant l'ensemble des revenus des chaînes de la catégorie 2 est resté stable avec même une légère progression + 1,9 %**, dû essentiellement à la progression des autres revenus. **La moyenne de l'ensemble des revenus de ces chaînes était de 1,47 M€ en 2009 contre 1,41 M€ en 2008.** Sur le nouveau périmètre, les indicateurs sont quasi identiques avec une moyenne sur l'ensemble des revenus s'établissant à 1,44 M€ par an, la moindre part des financements publics ayant été compensée par des revenus publicitaires plus importants.

Sur les charges :

- **À périmètre constant la progression des charges est en moyenne de 7,1 %**, les budgets d'exploitation passent ainsi en moyenne **de 1580 K€ en 2008 à 1,69 M€ en 2009. Sur le nouveau périmètre** (c'est-à-dire avec 5 chaînes de plus) **les budgets d'exploitation moyens sont du même niveau avec 1,73 M€ par an.** Toujours sur le périmètre constant, le coût des chaînes par habitant et par an était de 5,77 € contre 4,17 € en 2008, mais cette progression n'est pas significative car elle provient essentiellement d'une baisse de la base de la population initialisée Médiamétrie de certaines chaînes. Sur le nouveau périmètre, nous sommes sur un coût annuel de 4 € par habitant et par an, chiffre conforme à la moyenne de toutes les chaînes calculée sur 2008.
- **Sur le périmètre constant, les effectifs des chaînes de cette catégorie ont progressé en moyenne de deux personnes, passant de 20 personnes à 22 personnes.** Sur le nouveau périmètre, la moyenne reste stable avec 20 personnes.

Sur les résultats :

- À périmètre constant, avec une progression des charges, une quasi-stagnation des dotations publiques et un recul des chiffres d'affaires publicitaires **les déficits moyens des chaînes de la catégorie 2 se sont creusés passant en moyenne de - 170 K€ à - 256 K€.** La progression des autres revenus n'ont pas permis de compenser l'écart constaté. **Calculés sur le nouveau périmètre, les déficits moyens sont encore plus importants (- 288 K€)** mais s'agissant pour la plupart de nouvelles chaînes elles n'ont pas pu, dès la première année, donner tous leurs potentiels de revenus.

En conclusion :

La situation économique des chaînes de la catégorie 2 apparaît comme plus difficile que celles de la catégorie 1. Sur le périmètre constant, on observe, pour ces chaînes, une augmentation de leurs charges (+ 7,1%), une baisse de leurs revenus publicitaires (- 12,4 %) et une quasi-stagnation de leurs dotations publiques (+ 1,5 %) ce qui a eu pour incidence de creuser leurs déficits (+ 50,6 %). La forte progression de leurs autres revenus (+ 103,7 %) n'a pas pu compenser l'écart. Cependant, il est à noter que **les nouvelles chaînes arrivées dans cette catégorie ont enregistré en moyenne de meilleures performances commerciales sur la publicité que les chaînes plus anciennes.** Ces nouvelles chaînes ont su par ailleurs contenir leurs niveaux de charges sur des zones de couvertures souvent plus importantes, elles ont pu ainsi rester sur un coût par habitant et par an de 4 €.

Pour les chaînes les plus anciennes de cette catégorie, l'amélioration de leur situation financière passe à la fois par une progression de leurs revenus publicitaires (s'approchant

des ratios des chaînes de la catégorie 1) et par une baisse de leurs charges avec l'arrêt attendu de la diffusion analogique. Pour les chaînes les plus récentes, les marges de progression se situent d'avantage du côté des dotations publiques dont les niveaux sont aujourd'hui en deçà de la moyenne constatée sur les chaînes anciennes de la même catégorie.

Données moyennées sur les chaînes de la catégorie 2

	Populations Initialisées	Budgets	Effectifs	CA totaux	CA pub	CA divers	Dotations publiques	Résultats	Coûts / habitant	Revenus pub / hbt	Dotations publiques /hbt
2008	378 000	1,58 M€	20	1,41 M€	0,4 M€	0,06 M€	0,95 M€	- 0,17 M€	4,17 €	1,05 €	2,51 €
2009 à périmètre constant	293 000	1,692 M€	22	1,436 M€	0,35 M€	0,122 M€	0,964 M€	- 0,256 M€	5,77 €	1,19 €	3,28 €
2009 Nouveau périmètre	433 000	1,731 M€	20	1,443 M€	0,46 M€	0,168 M€	0,817 M€	- 0,288 M€	4 €	1,06 €	1,89 €

Source DB Développement / TLSP

4.3. Pour les chaînes de la catégorie 3

Rappel : sur l'étude menée en 2008 cette catégorie comportait 7 chaînes, en 2009 elle en compte 9.

Sur les revenus :

- Sur cette troisième catégorie de chaînes, et à périmètre constant, on constate **une légère progression des chiffres d'affaires publicitaires de +1,8 %, soit un revenu moyen de 438 K€ en 2009 contre 430 K€ en 2008**. Quant au revenu publicitaire par habitant, en légère baisse (0,86 € en 2009 contre 0,97 € en 2008), dû à la progression de la base d'initialisés, ce ratio n'est pas significatif. Sur le nouveau périmètre (avec deux chaînes de plus) les niveaux de revenus publicitaires sont identiques et le revenu publicitaire par habitant initialisé s'établit à 1€ par an. Concernant les revenus publicitaires extra locaux ils représentaient 6,6 % de l'ensemble des revenus publicitaires sur le périmètre constant et 5,5 % sur le nouveau périmètre.
- **Sur cette catégorie de chaînes les autres revenus sont également en forte progression + 110 % à périmètre constant et + 83 % sur le nouveau périmètre**. Mais, nous sommes sur des montants en valeur absolue très inférieurs aux chiffres des autres catégories de chaînes. Ils étaient sur 2009 en moyenne de 48 K€ sur le périmètre constant et de 42 K€ sur le nouveau périmètre contre 150 K€ en moyenne pour les chaînes de la catégorie 1 et de 168 K€ pour les chaînes de la catégorie 2 sur le nouveau périmètre.
- **Concernant les dotations publiques elles ont presque doublé à périmètre constant, elles passent ainsi en moyenne de 250 K€ en 2008 à 498 K€ en 2009**, soit une dotation publique par habitant qui passe de 0,57 € en 2008 à 0,98 € en 2009. Ces dotations publiques permettaient en 2009 de couvrir 31,94 % du budget contre 14,83 % en 2008. Cette progression des dotations publiques est encore plus importante sur le nouveau périmètre, elles sont en moyenne de 605 K€ par chaîne et par an (contre 498 K€ sur le périmètre constant). Ce qui porte la contribution publique par habitant et par an à 1,36 € ce qui permet un financement des budgets à hauteur de 39,43 %.

- **Au total, l'ensemble des revenus des chaînes de cette catégorie à périmètre constant a progressé en moyenne de 40,5 %** avec une moyenne de revenus s'établissant à 984 K€ par an en 2009 contre 700 K€ en 2008. Cette progression est encore plus importante avec l'arrivée des nouvelles chaînes avec un revenu moyen total s'établissant à 1078 K€ par an.

Sur les charges :

- **A périmètre constant les budgets moyens de cette catégorie de chaînes sont en recul de 7,8 %** s'établissant en moyenne à 1558 K€ par an en 2009 contre 1690 K€ en 2008, soit un coût par habitant et par an passant de 3,82 € en 2008 à 3,07 € en 2009. Sur le nouveau périmètre, on retrouve les mêmes tendances avec un budget moyen annuel de 1534 K€ par an.
- Ce recul des budgets est en partie dû a **un recul des effectifs moyens qui passent de 21 personnes à 19**, on retrouve les mêmes effectifs moyens sur le nouveau périmètre.

Sur les résultats :

- Sur les chaînes de cette catégorie et à périmètre constant, la baisse des budgets, les progressions des revenus sur les dotations publiques et dans une moindre mesure sur les autres revenus ont induit **une amélioration importante de leurs résultats**. Les déficits moyens passent ainsi de – 910 K€ en 2008 à – 574 K€ en 2009 et sur le nouveau périmètre, l'amélioration est encore plus sensible avec un déficit moyen de – 455 K€.

En conclusion :

- **En 2009, la situation financière des chaînes de la catégorie 3 s'est nettement améliorée**. Avec des budgets d'exploitation contenus (1,5 M€ en moyenne) et des charges en baisse (- 9,3 %) et avec dans le même temps une progression moyenne de l'ensemble de leurs revenus de plus de 30 %, leurs résultats se sont nettement améliorés passant en moyenne de – 910 K€ en 2009 à – 455 K€ si on intègre les nouvelles chaînes arrivées dans cette catégorie.
- **La progression des revenus des chaînes de cette catégorie s'est essentiellement faite sur la montée en charge des dotations publiques** (+ 99 % sur le périmètre constant et + 142 % sur le nouveau périmètre). Ces derniers chiffres montrent que les nouvelles chaînes ont su d'avantage que les anciennes faire appel à des financements publics.
- L'ensemble des chaînes de cette catégorie **dispose d'une marge de progression sur leurs autres revenus** qui sont en moyenne inférieurs de 2/3 à ceux des autres catégories de chaînes.
- Et pour les plus anciennes de ces chaînes, l'arrêt de la diffusion analogique devrait alléger leurs charges de manière assez substantielle.

Données moyennées sur les chaînes de la catégorie 3

	Populations Initialisées	Budgets	Effectifs	CA totaux	CA pub	CA divers	Dotations publiques	Résultats	Coûts / habitant	Revenus pub / hbt	Dotations publiques /hbt
2008	442 000	1,69 M€	21	0,7 M€	0,43 M€	0,023 M€	0,25 M€	- 0,91 M€	3,82 €	0,97 €	0,57 €
2009 à périmètre constant	507 000	1,558 M€	19	0,984 M€	0,44 M€	0,048 M€	0,498 M€	- 0,574 M€	3,07 €	0,86 €	0,98 €
2009 Nouveau périmètre	444 000	1,534 M€	19	1,078 M€	0,43 M€	0,042 M€	0,605 M€	- 0,455 M€	3,45 €	0,97 €	1,36 €

Source DB Développement / TLSP

4.4. Pour les chaînes de la catégorie 4

Rappel : une partie des nouvelles chaînes de la TNT nées en 2009 ont été réparties dans les catégories 2 et 3.

Il est important de préciser que ces nouvelles chaînes ont démarré leur exercice qu'en cours d'année (une au printemps et les autres courant de l'automne) et que par conséquent les données collectées ne seraient être totalement comparées, à ce stade, à celles des autres catégories.

Sur les revenus :

- Pour les 5 chaînes de cette catégorie, **le chiffre d'affaires publicitaire moyen a été de 362 K€**. Si on considère, que la moyenne des exercices de ces chaînes a été de 6 mois, ces résultats peuvent être considérés comme excellents. Et si on les extrapole sur un exercice complet (avec les précautions d'usage) ils peuvent être comparés à ceux des chaînes de la catégorie 2 par exemple.
- Concernant les autres revenus, ils étaient en moyenne de 91 K€ (sur un exercice non complet). **Ces recettes contribuent à hauteur de 12 % de l'ensemble des revenus de cette catégorie de chaînes**. Il s'agit là du plus fort niveau toutes catégories de chaînes confondues.
- **Concernant les dotations publiques elles étaient en moyenne de 293 K€ sur 2009**. Ces dotations, dont les montants peuvent apparaître comme faibles, ont pu être apportées au prorata temporis des périodes d'exploitation. Donc pour l'exercice 2009, ces données ne peuvent être considérées comme significatives. Ces dotations ont cependant permis de couvrir en moyenne 23,63 % des budgets et ont représenté 39,28 % des revenus.
- **Au total, sur cette catégorie de chaînes, la moyenne de l'ensemble des revenus s'est établie sur 2009 à 746 K€**.

Sur les charges :

- **La moyenne des budgets d'exploitation sur cette catégorie de chaînes était de 1,24 M€ par an**. Soit un coût de chaîne par habitant et par an de 3,85 €, chiffre comparable à ceux des autres catégories.

- Les effectifs moyens sont de 13 personnes, ces chiffres prennent en compte certaines chaînes qui ont des effectifs très réduits. Si on ne les intégrait pas à ce calcul **la moyenne des effectifs sur cette catégorie de chaînes serait alors de 15 personnes.**

Sur les résultats :

- **Les déficits des chaînes de cette catégorie étaient en moyenne de – 494 K€** ce qui les place dans des niveaux comparables à ceux des chaînes de la catégorie 3 qui ont une plus grande ancienneté.

En conclusion :

- Sur cette catégorie de chaînes, **nous sommes résolument dans un modèle avec des budgets plus contenus** qui semblent avoir davantage pris en considération les ressources disponibles sur leurs territoires de diffusion. A noter que dans certains cas les budgets sont même inférieurs aux prévisionnels des dossiers de candidatures.
- Si les résultats sont peu significatifs car les chaînes ont pour la plupart démarré en cours d'année, **les revenus publicitaires sont plutôt encourageants (362 K€ par chaîne en moyenne)** et cela malgré la crise économique et le recul global des investissements publicitaires. Elles ont su par ailleurs développer de manière significative d'autres sources de revenus privés.
- De la même manière, les apports en dotations publiques ne peuvent être considérés, sur 2009, comme significatifs n'ayant porté que sur des exercices annuels incomplets.

Données moyennées sur les chaînes de la catégorie 4

	Populations Initialisées	Budgets	Effectifs	CA totaux	CA pub	CA divers	Dotations publiques	Résultats	Coûts / habitant	Revenus pub / hbt	Dotations publiques /hbt
2009	322000	1,24 M€	15	0,746 M€	0,36 M€	0,91 M€	0,293 M€	- 0,494 M€	3,85 €	1,12 €	0,91 €

Source DB Développement / TLSP

5. Synthèse des tableaux

	Population couverte max	Population initiale	Population retenue	Taux d'initiation	Effectif chaîne	Budget total	Budget chaînes	Charges diffusion	CA public	CA pub locaux	CA pub nationaux	CA divers	Dotations publiques	Total revenus	Résultats nets	Coût de la chaîne	Revenus publicitaires	% des revenus pub et divers / ens revenus	% des revenus pub et divers publicitaires / budget	Dotations publiques / hbtt	% des hbtt / budget
1. Chaînes historiques "historiques" Base 6 chaînes																					
Moyennes 2009	885500	563400	720	81,27%	20	2375	99	195,00	1563	1429	134	150	488	2282	-173	3,30 €	2,17 €	77,82%	72,14%	0,68 €	20,56%
chiffres 2008					31	2800			1480			130	310	1930	-780	3,92 €	2,09 €	84,13%	56,02%	0,43 €	10,90%
Ecart					-36,00%	-13,2%			4,9%			15,4%	57,5%	14,1%	77,8%						
2.1. Chaînes "historiques du câble" Base 5 chaînes A PERIMETRE CONSTANT																					
Moyennes 2009	506380	246980	293	57,94%	22	1692	51	134	350	321	30	122	964	1436	-256	5,77 €	1,19 €	32,90%	27,92%	3,28 €	67,10%
chiffres 2008					20	1580			400			60	950	1410	-170	4,17 €	1,05 €	32,58%	29,03%	2,51 €	67,42%
Ecart					8,00%	7,1%			-12,4%			103,7%	1,6%	1,9%	-50,6%						
2.2. Chaînes "historiques du câble" Base 10 chaînes A NOUVEAU PERIMETRE																					
Moyennes 2009	857090	367990	433	50,53%	20	1731	60	135	458	434	24	168	817	1443	-288	4,00 €	1,06 €	43,35%	36,14%	3,77 €	47,22%
chiffres 2008					20	1580			400			60	950	1410	-170	4,17 €	1,05 €	32,58%	29,03%	2,51 €	67,42%
Ecart					0,00%	7,1%			14,43%			179,83%	-13,96%	2,34%	-69,53%						
3.1. Chaînes "récentes" Base 7 chaînes A PERIMETRE CONSTANT																					
Moyennes 2009	919454	349467	507	55,13%	19	1568	30	97	438	409	29	48	498	984	-574	3,07 €	0,86 €	49,42%	31,21%	0,98 €	31,94%
chiffres 2008					21	1690			430			23	250	700	-910	3,82 €	0,97 €	64,34%	26,76%	0,57 €	14,93%
Ecart					-8,2%	-7,6%			1,8%			110,1%	99,0%	40,3%	36,9%						
3.2. Chaînes "récentes" Base 9 chaînes A NOUVEAU PERIMETRE																					
Moyennes 2009	804020	321808	444	55,25%	19	1534	27	85	432	407	24	42	605	1078	-455	3,45 €	0,97 €	43,92%	30,89%	1,36 €	39,43%
chiffres 2008					21	1690			430			23	250	700	-910	3,82 €	0,97 €	64,34%	26,76%	0,57 €	14,83%
Ecart					-11,1%	-9,3%			0,4%			89,7%	141,9%	54,1%	50,0%						
4. Nouvelles chaînes TNT Base 5 chaînes																					
Moyennes 2009	885400	321870	322	36,35%	13	1240	13	143	362	342	20	91	293	746	-494	3,85 €	1,12 €	60,72%	36,53%	0,91 €	39,28%
chiffres 2008 (bossiers candidatures)					16	1490			1250			5	520	1830	330	2,86 €	2,39 €	71,26%	87,25%	1,01 €	28,74%
Ecart PAS SIGNIFICATIF																					

MOYENNES CUMULEES

	Effectif chaîne	Budget total	CA public	CA pub nationaux	CA divers	Dotations publiques	Total revenus	Résultats nets	Coût de la chaîne	Revenus publicitaires	% des revenus pub et divers / ens revenus	% des revenus pub et divers publicitaires / budget	Dotations publiques / hbtt	% des hbtt / budget
Total chaînes périmètre constant	362	33 615	14 897	1 155	1 849	11 232	27 278	-6 337	4,05 €	1,45 €	36,14%	27,92%	1,85 €	20,56%
Moyenne chaîne à périmètre constant sans cat 4 en 2009	20	1668	789	64	103	624	1315	-352	4,05 €	1,45 €	36,14%	27,92%	1,85 €	20,56%
Total chaînes nouveau périmètre	590	51 955	19 652	1 966	3 412	18 012	41 076	-10 489	3,65 €	1,33 €	49,42%	31,21%	1,68 €	31,94%
Moyenne chaîne nouveau périmètre avec cat 4 en 2009	38	1 719	655	46	114	600	1 369	-350	3,65 €	1,33 €	49,42%	31,21%	1,68 €	31,94%
Rappel montants 2008 sans cat 4	475	39 920	14 800	1 310	8 600	24 950	13 700	1 370	3,93 €	1,46 €	36,53%	28,74%	0,87 €	28,74%
Rappel moyennes 2008 sans cat 4	24	1 996	740	65,50	442	1 248	2 488	-685	3,93 €	1,46 €	36,53%	28,74%	0,87 €	28,74%

6. Conclusion

D'une manière générale, et malgré un contexte économique difficile, et des situations particulières exacerbées (redressements judiciaires, retraits de partenaires historiques...), la situation globale des télévisions locales s'améliore. Les modèles de financement en fonction de l'origine des projets se rapprochent avec une affirmation de ressources mixtes (privées/publics) confirmant ainsi que le modèle économique de la télévision locale est plus proche de celui de la presse écrite locale qui a besoin de plusieurs couloirs de revenus que celui de la radio locale qui peut vivre que de revenus publicitaires.

L'implication financière des collectivités territoriales dans la télévision locale permet aux chaînes de maintenir des niveaux de productions locales importants (conditions de succès) et souvent d'apporter un soutien aux filières de production régionales.

Si la situation économique des chaînes locales s'améliore, elle n'en demeure pas moins fragile, notamment à cause des coûts inflationnistes de la diffusion en TNT.

Le développement en 2009 de synergies entre les chaînes d'une même région, doit être compris comme un moyen pour les télévisions locales de consolider leurs positions. Elles permettent à la fois des enrichissements de leurs offres de programmes, des baisses de certaines de leurs charges d'exploitation et des optimisations de leurs revenus publicitaires régionaux. Ainsi se dessine une organisation régionale de la télévision locale mais avec une structuration plutôt remontante, où les chaînes en sont les acteurs directs.

7. A propos de DB Développement

En tant que conseil indépendant, Didier Bailleux intervient auprès d'entreprises ou de collectivités ayant des projets dans la création ou le développement de services audiovisuels.

Didier Bailleux a participé à la création de plusieurs chaînes de télévision : Canal J, Voyage, et Pathé Sport, avant d'avoir été Directeur Général Adjoint de ces deux dernières.

Une expertise dans le domaine de la TV locale

Co-auteur d'une étude sur la télévision locale, réalisée avec Carat TVMI en 2002 et 2003, Didier Bailleux a été chargé du dossier de la télévision régionale en Ile de France pour le compte du Parisien (groupe Amaury). Didier Bailleux a co-organisé avec TLSP les premières assises de la télévision locale au Sénat en juillet 2007. Il est intervenu en tant que conseil auprès de la ville de Dijon, des Conseils Généraux de la Moselle, du Cher, des Pyrénées-Orientales, du Conseil Régional de Bretagne et de la Fédération des télévisions locales Belges

En tant qu'assistant à maîtrise d'ouvrage, il intervient sur le projet Mirabelle TV en Moselle et sur le projet de télévision régionale en Picardie, ainsi que sur le projet Céla TV à La Rochelle.

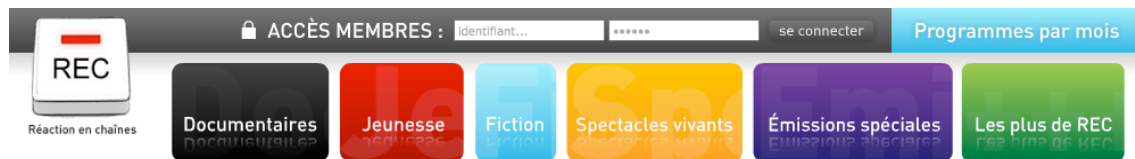
Il a réalisé début 2009 une étude comparée des modèles économiques des télévisions locales en France pour le compte de l'Union des Télévisions Locales de Service Public. Didier Bailleux intervient également comme expert auprès d'Oséo Innovation (ex ANVAR) et du CNC (centre national de la cinématographie) sur des projets de nouveaux médias électroniques.

8. A propos de TLSP

Aujourd'hui, TLSP regroupe 60 télévisions de proximité d'initiative locale qui partagent des valeurs et des objectifs de service public quels que soient leurs supports de diffusion et leur forme juridique.

Les dossiers de TLSP

● « **Réactions en chaînes** » est une unité de programmes ouverte à toutes les chaînes locales. Le catalogue est souvent initié ou coproduit par une chaîne locale : documentaires, magazines jeunesse, fictions, captations de spectacles vivants ou programmes courts disponible www.REC-VOD.fr



Structuration du secteur

TLSP agit sur tous les dossiers structurants du secteur de la télévision locale (régie publicitaire nationale, programme, diffusion...)

- Négociation sur la mise en place d'un champ conventionnel pour les télévisions locales.
- Négociation avec les sociétés de gestion des droits d'auteurs pour mise en place d'un contrat.

TLSP avec l'AVICCA ont défendu dans la loi de juillet 2004, la mise en place du contrat d'objectifs et moyens, un cadre qui clarifie les relations entre les collectivités territoriales et les éditeurs de chaînes, et qui est assujéti d'une TVA à 5,5%.

TLSP a fortement participé aux principales avancées de la loi :

- La TVA à 5,5 % sur les contrats d'objectifs et de moyens
- La suppression de la taxe publicité au passage et forfaitaire en dessous d'un seuil minimum
- L'élargissement des possibilités de montages juridiques pour la télévision locale hertzienne : les SEM (sociétés d'économie mixte), EPCC (établissements publics de coopération culturelle) et SCIC (sociétés coopératives d'intérêt collectif)
- L'obligation de transport et de diffusion à titre gratuit sur le câble, ou par Adsl pour la télévision locale d'initiative publique