

Avenir des télévisions locales en France

Les télévisions locales aujourd'hui

Le paysage audiovisuel français des télévisions locales est composé d'**une centaine de chaînes**, dont **une quarantaine bénéficiant d'une autorisation de diffusion en TNT**. Réparties sur l'ensemble du territoire, elles ont toutes une convention signée avec le CSA qui précise leurs obligations de production locale, garantit le pluralisme de l'information et d'expression des divers courants d'opinion.

Les télévisions locales couvrent aujourd'hui **70 % de la population française**. Elles produisent **60 heures d'informations locales** par semaine et plus de **34 000 heures par an de programmes originaux** ayant un ancrage territorial. Leur audience hebdomadaire est de **4,3 millions de téléspectateurs**, avec une durée d'écoute moyenne quotidienne de 43 minutes¹. Créatrices d'emplois non délocalisables, elles soutiennent en tant que diffuseurs et co-producteurs des documentaires originaux et une **filière de production locale indépendante**.

Sur le modèle du Contrat d'Objectifs et de Moyens (COM) conclu entre France TV et l'Etat, **la plupart des télévisions locales signent des COM avec les collectivités territoriales**. Dans ce cadre, elles doivent assurer un certain nombre de missions de service public : obligations de soutien à la création ; objectifs de reflet de la société ; exigence en matière de qualité de l'information ; etc. En contrepartie, les télévisions locales reçoivent des dotations prévues par le Code Général des Collectivités Territoriales².



(Couverture des principales télévisions locales sur le territoire métropolitain)

¹ Etude Médiamétrie 2017

² Article L1426-1 du Code Général des Collectivités Territoriales

- **Un média au plus proche des territoires et des citoyens**

Avec **plus de 200 journalistes**, les télévisions locales sont garantes d'**une information locale de qualité et indépendante, au plus proche des citoyens et des territoires**. Elles sont les seules télévisions à couvrir au plus près les élections de proximité et d'hyper-proximité (réalisation d'émissions dédiées, organisation de débats lors des élections départementales, municipales ou législatives, etc.). **Lorsqu'une télévision est absente d'un territoire, le fonctionnement de la démocratie locale en est affecté** : lors des élections départementales de 2015, les télévisions locales hertziennes ont consacré 130 heures aux interventions des représentants des différents partis politiques³ ; **530 heures au premier tour et 135 heures au second des élections municipales et intercommunales de 2014**⁴. Le CSA salue à chaque élection les efforts fournis par les télévisions locales pour accorder un accès à l'antenne aux différents candidats ou listes représentés.

Dans le cadre de leur financement par les collectivités territoriales, les télévisions locales assurent différentes missions de service public. En cela et localement, elles s'attachent à « **donner de la visibilité aux invisibles** ». Elles sont le miroir direct et immédiat de la mixité des territoires qu'elles couvrent. En valorisant les initiatives locales, elles sont **le reflet de la population française dans toute sa diversité** : les personnes âgées, handicapées, d'origines et de cultures minoritaires.

De nombreuses télévisions locales portent des **programmes co-construits avec des acteurs associatifs**, mettant en avant des publics souvent laissés à l'écart. Par exemple, depuis plus de quinze ans, TVR - Rennes 35 Bretagne réalise, avec et pour les personnes âgées, une émission mensuelle, « **Planète Seniors** ». Un comité de rédaction, constitué de résidents de maisons de retraite, participe à l'élaboration éditoriale du programme. Sur ce même modèle, **des émissions sont conçues avec les entités économiques des territoires** (CCI, Chambre d'Agriculture, CPAM, etc.).

- **Un partenaire essentiel de la création audiovisuelle locale**

Les télévisions locales participent activement à la création audiovisuelle des territoires en soutenant la production de documentaires, de films d'animation et de fictions, ainsi que la recréation de spectacles vivants. En 2016, **36 chaînes locales ont investi dans des œuvres audiovisuelles soutenues par le CNC**. Le documentaire était le genre le plus accompagné, avec un apport de près de **3 millions d'euros** pour 128 heures de programmes, devant la recréation de spectacle vivant, 93 heures. La même année, **les télévisions locales étaient le premier diffuseur de ces œuvres locales avec un total de 256 heures**, devant les antennes régionales de France 3 (240 heures)⁵.

Sur les 30 lauréats 2017 des Etoiles de la SCAM (Société civile des auteurs multimedia), 9 films étaient coproduits par des télévisions locales, témoignant de la reconnaissance de l'engagement de ces chaînes dans le soutien et la valorisation des documentaires de création.

La taille et l'organisation des télévisions locales leur offrent **une grande agilité pour l'élaboration de leurs programmes**. Elles ne sont pas restreintes par des formats contraints et peuvent **régulièrement tester et innover**. Cette réactivité et cette souplesse permettent aux télévisions locales d'être précurseuses comme, par exemple, avec la **diffusion d'événements sportifs faiblement médiatisés**, la **retransmission des Jeux Paralympiques de 2012** ou la réalisation de directs sur les à-côtés des différentes étapes du Tour de France.

- **Un secteur dynamique et intégré à la révolution digitale**

Les télévisions locales ont su se structurer, au cours de ces dernières années, avec notamment :

- **la création d'une régie publicitaire nationale (RTR)** chargée de commercialiser les espaces publicitaires auprès d'annonceurs nationaux ;
- **la syndication de programmes diffusés sur l'ensemble du réseau**, comme par exemple «Terres de France» ou «Femmes de sport» ;

³ Rapport sur l'élection des conseillers départementaux des 22 et 29 mars 2015, CSA, Juillet 2015

⁴ Rapport sur l'élection des conseillers municipaux et des conseillers communautaires des 23 et 30 mars 2014, CSA, Juillet 2014

⁵ Chiffres CNC

- la participation à la **plate-forme digitale B2B « My Vidéo Place »** : <http://www.myvideoplace.tv> ;
- **des collaborations inter-régionales** entre télévisions locales d'un même territoire (Bretagne, Grand Est, Hauts-de-France, Occitanie, etc.)

Par le biais de la plate-forme digitale B2B « My Vidéo Place » (MVP), **13 télévisions locales** ont souhaité mettre pleinement en valeur leur savoir-faire en matière de création en permettant **les échanges de contenus vidéo**, leur diffusion et leur valorisation monétaire. En moyenne, chacune de ces chaînes dépose **une dizaine de contenus par jour**, chiffre qui devrait nettement augmenter dans les années à venir. En 2017, ce ne sont pas moins de **13 420 vidéos qui ont été publiées** par les télévisions locales pour environ **5,5 millions de vues**. Ces vidéos sont régulièrement reprises par les sites Internet de différents médias locaux, nationaux ou internationaux : France Télévisions, Public Sénat (Territoire d'infos), 20 Minutes, Le Parisien, Le Huffington Post, Sud-Ouest, Ouest-France, Midi Libre, La Voix du Nord, Le Soir (Belgique), etc.

Les télévisions locales sont presque toutes passées en diffusion HD en avril 2016 afin de conserver une qualité de diffusion pour leurs téléspectateurs comparables aux chaînes nationales. Cette volonté d'amélioration technique et d'adaptation aux évolutions technologiques se heurte néanmoins à une charge financière non négligeable. A titre d'illustration, les coûts de diffusion numérique (TNT, plate-forme en ligne, etc.) représentent environ **20% du budget des chaînes locales**. De nouvelles adaptations vont être nécessaires dans le cadre de l'évolution de la plateforme TNT programmée pour l'accueil des JO en 2014.

Ainsi, les télévisions locales ne cessent de s'adapter aux évolutions technologiques et peuvent être considérées, en ce sens, comme de **véritables « pure-players »**. Elles constituent une école de l'innovation pour les professionnels de la télévision de demain, qu'ils soient techniciens ou journalistes.

Les télévisions locales en chiffres

- **100 services de télévision** à vocation locale sur le territoire métropolitain dont **40 diffusés sur la TNT**
- **70% de la population française couverte** par les télévisions locales
- **4,3 millions de téléspectateurs par semaine**
- **35 M€ de chiffre d'affaires / an**
- **1,6 million d'euros de budget moyen** pour une chaîne de télévision locale diffusée en TNT
- **500 emplois directs** dont **plus de 200 journalistes**
- **14 collaborateurs comme effectif moyen** d'une chaîne locale
- **34 000 heures** de programmes originaux
- **13 420 vidéos publiées en ligne** pour environ 5,5 millions de vues

Les ambitions des télévisions locales pour les prochaines années

- **Consolider le secteur et parfaire le maillage territorial**

L'offre régionale de service public audiovisuel repose sur un modèle centralisé avec une chaîne nationale et des fenêtres régionales. Ce fonctionnement, s'il a ses vertus, ne permet pas de parfaitement répondre à **l'attente des populations visant à obtenir une information d'hyper proximité** reconnue par tous comme un facteur de cohésion sociale nécessaire pour valoriser la vie citoyenne et donner du sens à l'action publique. De leur côté, les télévisions locales ont prouvé, grâce à leur savoir-faire et leur capacité d'innovation, qu'elles étaient capables de répondre à ce besoin d'hyper proximité. **La consolidation du secteur permettra un maillage territorial plus serré**, comme une réponse possible au sentiment d'oubli des territoires ruraux.

Pour ce faire, les télévisions locales devront **trouver de nouvelles ressources**. En effet, actuellement, ces dernières sont financées pour une part essentielle, et à des degrés divers, par les dotations reçues des collectivités territoriales dans cadre des **Contrats d'Objectifs et de Moyens (COM)**. Or, au vu du contexte économique général, avec des baisses de dotations de fonctionnement accordées par l'Etat, **ces soutiens financiers publics diminuent chaque année**.

Par ailleurs, le secteur des télévisions locales est confronté à **une restriction de ses ressources publicitaires**. Les opérations commerciales promotionnelles de la grande distribution sont toujours interdites sur les chaînes de télévisions locales, bien qu'elles soient autorisées à la radio et dans la presse locale. Il en va de même pour la promotion du cinéma, interdite sur les télévisions locales mais autorisée à la radio. La levée de ces restrictions publicitaires pourrait être **une source de revenus directs pour les télévisions locales, à la condition, néanmoins, que cette manne financière ne soit pas captée par les chaînes nationales**.

Ce contexte a mis et met en péril un certain nombre de télévisions locales (cessation de diffusion de plusieurs antennes ces dernières années comme à La Rochelle, à Dunkerque, à Limoges ou à Toulouse) et rend plus difficile la naissance de nouvelles chaînes malgré des volontés locales.

Nos propositions

Créer un fonds de soutien aux télévisions locales

Sur le modèle de ce qui existe pour la presse écrite, la presse en ligne ou la radio, et pour les mêmes raisons, ce fonds assurerait aux télévisions locales **les ressources nécessaires à la conduite de leur mission de service public de proximité**. Porté par un organisme, au niveau national, il permettrait aux chaînes d'être **moins dépendantes des dotations des collectivités locales** qui n'ont pas toujours les moyens, ni la volonté de s'engager.

Ce fonds permettrait de soutenir les investissements, le développement numérique et l'adaptation aux nouveaux usages des chaînes. Surtout, il apparaît comme le **moyen indispensable pour créer de nouvelles télévisions locales et parfaire le maillage territorial de ces dernières**.

Plusieurs pays européens et nord-américains accompagnent déjà le développement des télévisions locales sur leur territoire via des aides d'Etat. C'est le cas, entre autres, de la Belgique, de la Suisse et du Canada ; et ce, avec des systèmes différents pour chaque pays (recettes publiques classiques, pourcentage de la redevance ou crédit d'impôt).

A titre comparatif, en France chaque année, **près de 700 radios bénéficient du Fonds de soutien à l'expression radiophonique (FSER)**. Les subventions du FSER sont attribuées par le ministre chargé de la communication aux radios locales associatives accomplissant une mission de communication sociale de proximité. Le FSER est doté en 2018 comme en 2017 **de 30,7 millions d'euros**. Trois types de subventions sont versés automatiquement (subvention d'installation, subvention d'équipement et, enfin, subvention de fonctionnement qui a représenté une aide totale de 24,1 millions d'euros en 2016).

Aligner la fiscalité des télévisions locales sur celle des autres médias

Les dotations reçues par les télévisions locales dans le cadre des COM signés avec les collectivités territoriales sont assujetties à la **TVA à un taux de 10%**.

Cette situation constitue une discrimination et une rupture d'égalité devant l'impôt dans la mesure où **les chaînes de l'audiovisuel public sont pour leur part assujetties à une TVA de 2,1 % seulement sur la Contribution à l'Audiovisuel Public** dans le cadre de missions de service public analogues.

Par ailleurs, **la presse écrite bénéficie également, et historiquement, d'un régime dérogatoire** sur ses recettes de vente lui permettant de bénéficier d'un taux de TVA de 2,1%. Une harmonisation du taux de TVA pour la presse en ligne a ensuite été réalisée au nom du principe de neutralité technologique.

L'objectif de cette dérogation ayant toujours été de soutenir le pluralisme des médias, il serait logique que les télévisions locales puissent bénéficier du même traitement.

Soumettre les dotations reçues par les télévisions locales dans le cadre des COM à un taux de TVA « super réduit » de 2,1% serait une mesure parfaitement compatible avec les contraintes et les objectifs budgétaires de l'État. L'ensemble des dotations publiques versées aux chaînes locales par le biais de COM était de 18 millions d'euros en 2015. Aussi, **la mesure coûterait moins d'1 million d'euros pour les caisses de l'Etat.**

Autoriser la publicité promotionnelle de la grande distribution et du cinéma

Le CSA et la DGMIC ont lancé plusieurs consultations à ce propos ces dernières années et sont plutôt favorables à de tels changements. Des perspectives commerciales nouvelles seraient ainsi offertes à la régie nationale des télévisions locales, permettant **une diversification des ressources.**

L'ouverture de ces deux « secteurs interdits » de la publicité pourrait être envisagée de manière limitée, et uniquement accessible pour les télévisions locales. Une telle « dérogation limitée » a déjà eu lieu par le passé : la publicité pour la grande distribution avait été autorisée exclusivement aux chaînes locales et thématiques dès le 1er janvier 2004, avant d'être étendue au reste du secteur média en 2007.

- **Poursuivre la transformation numérique et développer l'offre de contenus**

Le développement du numérique a entraîné des transformations majeures dans le secteur audiovisuel, que cela soit dans le domaine de la production, de la diffusion ou des usages.

L'intégration de la dimension production de contenu images à la stratégie numérique des territoires apparaît alors comme un maillon important dans la constitution des filières de la nouvelle économie. Les télévisions locales doivent être des moteurs de production de **contenus locaux et régionaux destinés à être exposés le plus largement** pour en tirer de nouveaux revenus et pour donner plus de visibilité aux territoires.

Par ailleurs, avec la surabondance et la multiplicité des sources, synonyme de prolifération des fake news, les télévisions locales apparaissent comme **les garants d'une information crédible et vérifiée au service des habitants des territoires**. Cette responsabilité est d'autant plus grande avec la prédominance des sujets vidéo comme source d'information.

Dans ce contexte, **les télévisions locales doivent veiller à être accessibles au plus grand nombre et à constamment s'adapter aux nouvelles normes et aux nouveaux formats de diffusion.**

Nos propositions

Créer les conditions de collaboration avec France 3

France 3, du fait de ses moyens et de son organisation régionale, et les télévisions locales, grâce à leur agilité et leur hyper proximité avec les territoires, sont parfaitement complémentaires et pourraient **régulièrement collaborer**.

Concernant les programmes de flux, une collaboration est tout à fait possible entre les unités régionales de France 3 et les télévisions locales, ces dernières jouant **un rôle d'apporteur de contenus**. Ce fonctionnement est **très répandu en Allemagne**, où le revenu des chaînes locales est assuré pour moitié par de la vente de contenu aux chaînes de diffusion nationale. Ces dernières ont pour **obligation d'alimenter leurs décrochages régionaux avec du contenu acheté auprès des chaînes locales**.

Il serait ainsi possible d'imaginer, à titre non exhaustif :

- **Un rendez-vous hebdomadaire diffusé sur France 3 évoquant les initiatives de proximité**, et alimenté par des reportages provenant des télévisions locales implantés sur le territoire régional (portraits, projets locaux d'associations ou d'entreprises, etc.). Une émission pourrait faire l'objet d'un retour plateau avec une personnalité régionale commentant ces sujets.
- **Une émission hebdomadaire courte de type « zapping »**, diffusée sur France 3, présentant tout ce qui se fait d'original et d'insolite dans la région. Le volume de reportages réalisés par les télévisions locales (plus de 200 par jour, sur tout le territoire français) rendrait tout à fait possible ce genre de rendez-vous sur les antennes régionales de France 3.

Cet apport de contenu pourrait être **contractualisé dans le cadre d'une convention liant l'Etat aux chaînes locales, grâce à l'établissement d'un fonds de soutien.**

Soutenir le développement de la filière audiovisuelle régionale dans ses dimensions artistique, culturelle et économique

Une **coopération accrue entre les diffuseurs locaux et régionaux** pourrait intensifier le rôle d'entraînement de ces structures dans les domaines de la création et de la production audiovisuelle locale, tout en permettant une diffusion plus large des œuvres produites.

Cette synergie d'accompagnement de projets en qualité de diffuseurs/coproducteurs permettra de **développer des catalogues de programmes de stocks**, susceptibles d'être diffusés largement sur le territoire régional ou national et sur des plates formes qui pourront être développées avec l'ensemble des acteurs audiovisuels du territoire.

Favoriser la création de nouveaux outils

L'avenir de l'audiovisuel se situe au niveau des contenus. Or, **les télévisions locales proposent, chaque jour, plus de 200 reportages locaux**. Ce contenu local doit être valorisé et rendu accessible au plus grand nombre.

A l'instar d'un projet de Netflix à la française sur les contenus de fiction, le secteur des télévisions locales aurait toute sa place pour **prendre part à la création d'une plate-forme de contenu d'actualité**. Les pouvoirs publics pourraient s'appuyer sur l'expérience des chaînes (avec notamment, la plate-forme B2B My Video Place) pour construire un projet très ambitieux.

Annexes

1- Liste des télévisions locales qui produisent une information quotidienne en France métropolitaine

REGION	Nom de la télévision	Site internet
AUVERGNE RHONE ALPES	8 Mont Blanc	www.8montblanc.fr
	TLM - Télé Lyon Métropole	www.tlm.fr
	TL7 Télévision Loire 7	www.tl7.fr
	Alpe d'Huez TV	www.adhtv.fr
	TéléGrenoble	www.telegrenoble.net
BRETAGNE	TVR	www.tvr.bzh
	TEBEO	www.tebeo.bzh
	Tébésud	www.tebesud.bzh
CENTRE VAL-DE-LOIRE	TV Tours Val-de-Loire	www.tvtours.fr
	Biptv	www.biptv.tv
CORSE	Télé Paese	www.telepaese.corsica
GRAND EST	Vosges télévision	www.vosgestelevision.tv
	Alsace 20	www.alsace20.tv
	MIRABELLE TV	www.mirabelle.tv
	Mosaik	www.mosaik.tv
	Canal 32	www.canal32.fr
	TV8 Moselle-Est	www.tv8.fr
	TV3V	www.laregie-tv3.com
	Télévision Locale de Biesheim	www.estvideo.fr
	TV Cristal	www.tvcristal.net
HAUTS DE FRANCE	WEO Nord Pas de calais et WEO Picardie	www.weo.fr
	Grand Littoral TV	www.grandlittoral.tv
	Grand Lille TV	www.grandlille.tv
	MATÉLÉ	www.matele.tv
	ASTV	www.tele-astv.fr
	ILTV	www.iltv.fr
ILE DE FRANCE	TV 78	www.tv78.fr
	via Grand Paris	www.viagrandparis.fr
	VO TV	www.viagrandparis.tv
	Demain IDF	www.demain.tv
	TVM Est parisien	www.tvmestparisien.tv
NORMANDIE	La Chaîne Normande	www.lachainenormande.tv
NOUVELLE AQUITAINE	TV7 Bordeaux	www.tv7.com
OCCITANIE	ViàOccitanie Montpellier	www.viaoccitanie.tv

	ViàOccitanie Pays Gardois	www.viaoccitanie.tv
	ViàOccitanie Toulouse	www.viaoccitanie.tv
	ViàOccitanie Pays Catalan	www.viaoccitanie.tv
PAYS DE LA LOIRE	Télé Nantes	www.telenantes.com
	TV Vendée	www.tvvendee.fr
	LMtv-Sarthe (LE MANS TELEVISION)	www.lmtv.fr
	Angers Télé	www.angers-tele.fr
SUD	D!CI TV	www.dici.tv
	Maritima infos	www.maritima.info
	Provence Azur	www.provenceazur-tv.fr
	Azur TV	www.azur-tv.fr
	Var Azur	www.varazur-tv.fr

2- Exemple de programmes originaux des télévisions locales

PAF (TV 78)

Talkshow hebdomadaire : 56 minutes pour discuter de l'actualité locale et nationale.
<https://www.tv78.com/videos/paf/>

78 Débat (TV 78)

Face à face entre deux invités sur un sujet d'actualité.
<https://www.tv78.com/videos/78-debat/>

Planète seniors (TV Rennes)

Emission réalisée, depuis plus de 15 ans, en partenariat avec 6 maisons de retraite. Conçue et animée par des personnes âgées dans le cadre d'un atelier de télévision participative, elle explore la vie quotidienne du 3ème âge, évoque leurs souvenirs et interroge sur la vie d'aujourd'hui.
<https://www.tvr.bzh/programmes/planete-seniors-1519302600>

Le Cabas de Juliana (TV Rennes)

Rencontres avec des commerçants locaux sur les marchés d'Ille-et-Vilaine.
<https://www.tvr.bzh/programmes/le-cabas-de-juliana-1520069400>

La vie en Vosges (Vosges télévision)

Chaque semaine, 28 minutes, une rencontre, deux invités pour mettre en lumière des initiatives et des personnalités vosgiennes.
<http://www.vosgestelevision.tv/Validation/v/Vie-en-Vosges-nouveau-site-Internet-Ensemble-0mfIEjeZVP.html>

Cap à l'est (Vosges télévision)

En coproduction avec Mirabelle TV, 28 minutes pour découvrir chaque semaine un territoire, son patrimoine, ses entreprises, son environnement, ses savoir-faire, sa gastronomie, etc.
<http://www.vosgestelevision.tv/Validation/v/Cap-est-pays-Vittel-Contrexeville-z29IYZvzeJ.html>