

Sommaire

1. Géographie du secteur au 3 février 2010
2. Structuration du secteur
3. Conforter la diffusion TNT
4. Des propositions essentielles pour avancer



Préambule

Le développement de la télévision locale est un des objectifs de la télévision numérique terrestre. Conjointement au développement de la TNT et à l'extinction de l'analogique, la France est en train de combler son retard en matière de télévisions locales. Ce secteur est longtemps resté atomisé, composé de chaînes locales du câble et de quelques chaînes hertziennes créées des la fin des années 1980.

La décision de réaménagement des multiplex de la télévision numérique terrestre en décembre 2006, crée l'émergence d'un paysage audiovisuel de la télévision locale. Le secteur est en phase de développement, et de structuration d'un modèle économique à inventer, différents du modèle classique des chaînes nationales. Les acteurs du secteur sont multiples, les acteurs privés nationaux issus des médias, les banques, mais aussi des acteurs privés locaux et les collectivités territoriales. Aujourd'hui, la télévision locale construit son développement principalement sur des ressources locales.

Des mesures nationales pourraient conforter le développement en cours.



1. Géographie du secteur de la télévision locale

Les télévisions locales sont définies en creux dans la loi par la diffusion sur une partie du territoire.

En février 2010, la France métropolitaine compte :

- 33 télévisions locales qui diffusent en numérique (hors Ile-de-France),
- 3 chaînes régionales en Ile-de-France
- 4 chaînes en canal partagé sur l'Ile-de-France
- 6 chaînes présélectionnées par le CSA
- 8 en cours d'appels à candidature

Ce qui potentiellement portent à 47 les télévisions locales (hors Ile-de-France).

Ce paysage se complète de télévisions locales éditées sur le câble, donc diffusées à l'échelle communale ou intercommunale, le CSA dénombre environ une centaine de conventions.

Une étude économique effectuée par Didier Bailleux Consultant et TLSP en janvier 2009 sur 20 chaînes locales de la TNT (hors IDF) a montré que le paysage de la télévision locale est contrastée. L'étude actualisée 2010 sera disponible dans le cours du mois de février 2010

Effectif moyen des chaînes locales TNT : **16** salariés dont 40% de journalistes (de 6 à 49 salariés).

Budget moyen : **1,7** M€ (de 0,4 à 4,7)

Quelques constats issus de la première étude :

- La publicité ne couvre en moyenne que moins de la moitié des besoins en financement des chaînes en exercice. Toutes chaînes confondues la publicité représente 40 % des budgets
- Le revenu publicitaire par an et par habitant est de 1,46 €
- La publicité nationale représente moins de 5% des ressources publicitaires des chaînes
- Emergence progressive d'un nouveau modèle avec des budgets moins importants et des financements publics accrus
- La télévision locale a besoin, comme la presse quotidienne, de deux couloirs de revenus pour être économiquement viable

2. Structuration du secteur

- ▶ **Deux instances syndicales représentatives du secteur : TLSP et Les Locales TV.**

L'union des Télévisions Locales de Service Public – TLSP regroupe les chaînes d'initiative locale sur des modèles de financement mixte et ayant contractualisé des missions de service public avec les collectivités territoriales de leur zone de diffusion. TLSP compte 40 adhérents et représente environ 60 éditeurs.

Président : Dominique RENAULD, Directeur d'Images Plus Télévision Vosges

Les Locales TV regroupe les chaînes locales privées issues de groupe nationaux et en particulier de la presse quotidienne régionale.

Président : Gilles CREMILLIEUX

- ▶ **Gie TLAPublicité**

Le Gie TLAP a vocation à être l'interface entre les chaînes locales et une régie publicitaire nationale. Il regroupe toutes les chaînes locales diffusant de la publicité nationale. Jusqu'au 31 août 2009, le Gie TLAP avait contractualisé avec TF1 Publicité. Le Gie TLAPub est en cours de transformation en SAS.

Président : Gilles CREMILLIEUX

- ▶ **SAS TLA (Télévisions Locales Associées)**

La SAS TLA a été créée à la demande du CSA et de GR1 pour assurer l'interface unique des télévisions locales avec GR1. Les chaînes locales attributaires d'une fréquence TNT doivent devenir actionnaire de la SAS TLA pour bénéficier de la ressource du contrat de diffusion avec GR1.

Président : Jean-Luc NELLE DG de TV Rennes35, Président de Ty Télé

- ▶ **Les structurations régionales liées aux programmes**

- Gie Grand Ouest : Pascal BRULON - LM tv
- Gie Lorraine : Dominique RENAULD - Images Plus Télévision Vosges
- Saem NordPasDeCalais : Christophe DI POMPEO
- Unité de programme Bretagne : Dominique HANNEDOUCHE – TV Rennes35

- ▶ **Réaction En Chaînes : www.REC-VOD.fr**

Un catalogue de programmes par et pour les chaînes locales

3. Conforter la diffusion TNT

- ▶ **Développer la diffusion TNT des chaînes locales sur le multiplex R1**

La diffusion sur le multiplex R1 permet un réel maillage de télévisions locales sur le territoire métropolitain. Aujourd'hui, 33 chaînes diffusent sur des zones de 150 000 à 3 M d'habitants. Le choix du R1 permet une diffusion « de masse » et une initialisation forte des téléspectateurs, en cohérence avec les missions de service public rendues par les chaînes locales. La télévision locale est accessible à côté des chaînes du secteur public national. C'est un bon choix qui doit être préservé et développé.

► **Sortir de l'écueil financier avec GR1**

Le contrat commercial avec GR1 prévoit un prorata des coûts de diffusion des émetteurs non couverts entre France 3 et les chaînes locales via la SAS TLA. Il était prévu que dans la phase de déploiement de la TNT, la création de nouvelles chaînes locales diminuerait le nombre d'émetteurs non couverts, permettant de répartir le poids du coût des émetteurs non couverts. Aujourd'hui, le coût des émetteurs non couverts représente plus de 50% des coûts de diffusion (54% en 2010). La part des émetteurs non couverts ne peut plus constituer une charge supplémentaire pour les chaînes locales.

► **Fiabiliser le rôle de la Sas TLA**

La SAS TLA assure la gestion solidaire des chaînes sans en avoir effectivement les moyens juridiques. Toute chaîne locale diffusée sur le GR1 doit en être actionnaire.

La décision en 2006 de développer les télévisions locales à partir des multiplex R1 est une décision prise aussi pour permettre de diffuser 15 régionalisations de France 3 qui n'avaient pas de possibilités de diffusion numérique.

4. Des propositions pour avancer

► **Autoriser l'accès à la publicité de la promotion**

L'ouverture de la publicité télévisée à la distribution profite essentiellement aux chaînes nationales, celles-ci ont par ailleurs, obtenu des assouplissements de leurs règles de diffusion de la publicité. Afin d'accompagner et de soutenir leur développement, les chaînes locales pourraient, sur une période limitée dans le temps, bénéficier d'une autorisation exclusive de diffusion des campagnes de promotion des distributeurs.

► **Avoir accès aux campagnes publicitaires ministérielles**

Les chaînes locales ne sont pas prescrites pour la diffusion des campagnes de publicité d'intérêt général et collective (hors celles diffusées gratuitement). Cette décision simple à mettre en place est gagnante pour tout le monde.

► **Création d'un fonds de développement de la télévision locale**

Des mesures de soutien spécifiques pourraient accompagner le développement de la télévision locale comme il existe le fonds de soutien de la radio, les aides à la presse écrite ou encore les mesures récentes des aides à la presse en ligne. Ce fonds de développement de la télévision locale pourraient prendre en charge une partie de coûts de diffusion et prendre en compte les situations spécifiques (zone de montagne, zone rurale, multiplicité d'émetteurs).

► **Mise en œuvre effective des obligations de must carry**

Le législateur a prévu dans la Loi sur la Liberté de communication, à l'article 34-2 un dispositif pour permettre la reprise et la diffusion des télévisions locales d'initiative publique. Une disposition qui rencontre une forte réticence des distributeurs câble et ADSL et qui amènent des chaînes à renoncer à revendiquer cette gratuité, l'objectif étant le service au téléspectateur et à la diversification des supports de diffusion. Les chaînes locales doivent être disponibles sur tous les supports de diffusion. Il faut simplement faire appliquer la loi.