

Une Télévision Locale de Service Public en Bretagne Occidentale

Éléments d'Information et d'Analyse

Elisabeth Clément
e.clement@tlsp.fr

TLSP
11, rue La Fayette
75009 PARIS



SOMMAIRE

I. L'ÉVOLUTION DU PAYSAGE NUMÉRIQUE DES TÉLÉVISIONS LOCALES	4
La télévision numérique terrestre.....	4
La télévision locale sur la TNT.....	4
L'obtention d'une fréquence	6
II. STRUCTURE JURIDIQUE DES TÉLÉVISIONS LOCALES EN FRANCE	8
Cadre juridique et réglementaire.....	8
Comparatif des formes juridiques au regard de l'implication d'une collectivité territoriale.....	8
III. LES MODELES ECONOMIQUES DES TÉLÉVISIONS LOCALES	12
Les télévisions privées issues de la Presse quotidienne régionale et/ou des medias nationaux.....	12
Les télévisions nées de l'initiative locale publique et/ou privée.....	12
Coûts de fonctionnement d'une chaîne locale.....	13
IV. LE ROLE DE LA TELEVISION LOCALE DE SERVICE PUBLIC	17
Le rôle du financement public.....	17
Le rôle de la télévision locale de service public.....	17
V. EN CONCLUSION : ÉTAPES ET PISTES DE MONTAGE	19

I. L'ÉVOLUTION DU PAYSAGE NUMÉRIQUE DES TÉLÉVISIONS LOCALES

□ La télévision numérique terrestre

Le Conseil supérieur de l'audiovisuel est chargé de mettre en œuvre la numérisation de la diffusion hertzienne terrestre. Depuis mars 2005, des émetteurs (dont Brest) sont déployés pour permettre la diffusion d'une offre audiovisuelle en numérique.

Le remplacement de l'analogique par le numérique soutient trois objectifs d'intérêt général (rapport Boyon – octobre 2003) :

- Rationaliser la gestion du spectre de fréquences radioélectriques,
- Apporter une offre élargie de chaînes,
- Favoriser le développement d'une offre de télévisions de proximité.

Le calendrier fixé prévoit une extinction de l'analogique pour novembre 2011.

□ La télévision locale sur la TNT

► Contexte général

La diffusion de la télévision locale en numérique n'a pas été un long fleuve tranquille. Si l'opportunité de la télévision numérique en France a largement remis en exergue l'avènement de la télévision locale, paradoxalement dans les faits, les différents choix techniques de déploiements ont régulièrement remis en cause la place de la télévision locale.

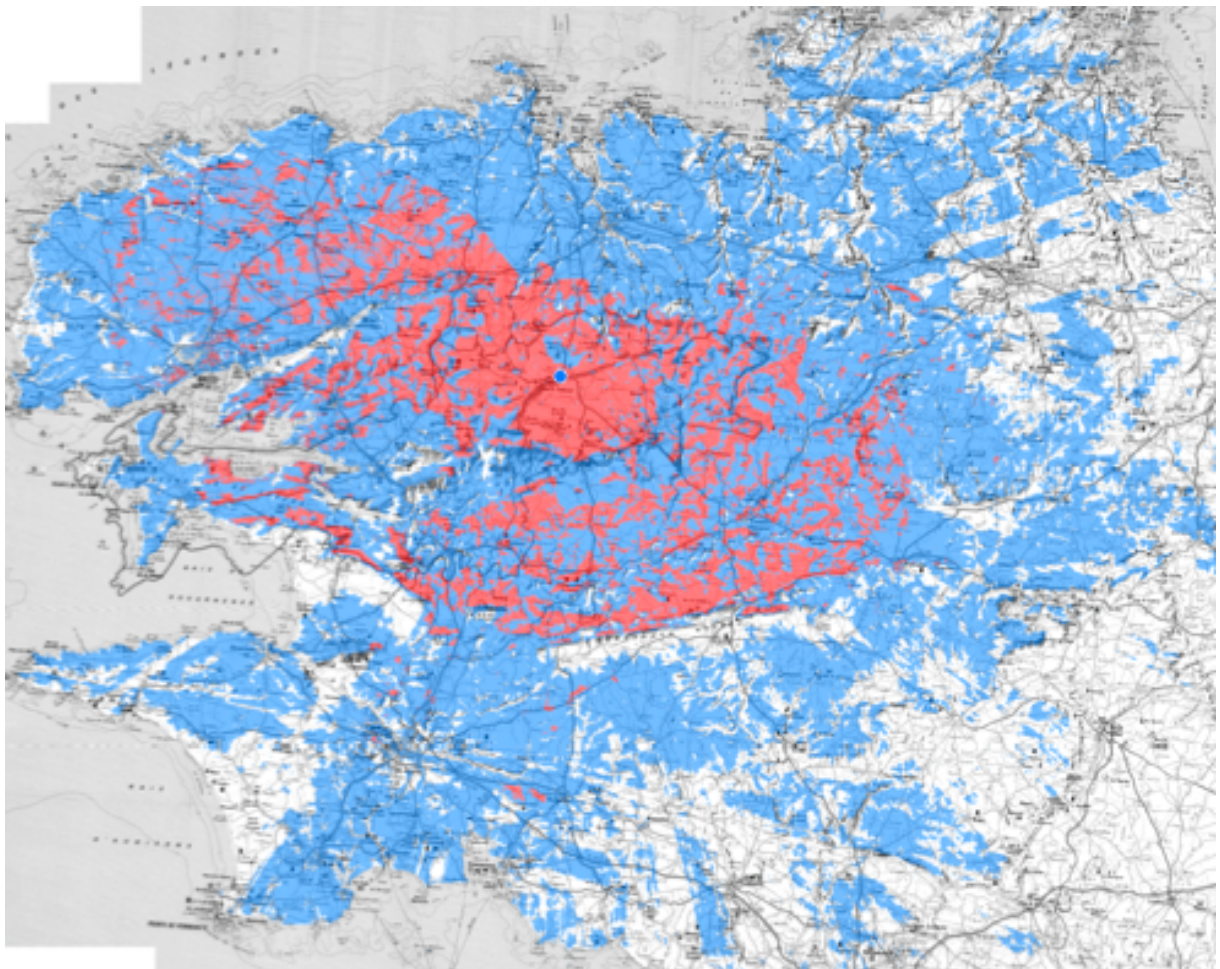
En janvier 2006, le Ministre de la Culture et de la Communication annonçait la décision de libérer une place sur le multiplex R1 pour permettre la régionalisation de certains émetteurs de France 3 et la possibilité de diffuser des télévisions locales.

Le multiplex R1 diffuse les chaînes du service public (France Télévisions), Arte, et la chaîne parlementaire. La décision du Ministre nécessite un réaménagement des multiplex. Ce réaménagement implique le transfert de la diffusion de la chaîne France 4 sur le multiplex R2 (migration de TMC sur le multiplex R3 et TPS star sur le R6). Un jeu de chaises musicales pas simple à mettre en œuvre mais qui va permettre de donner une place à la télévision locale. Avec cette décision, chaque émetteur diffusant les chaînes du multiplex R1 libère une place pour une télévision locale.

En France métropolitaine, 110 émetteurs seront déployés pour fin 2007. La régionalisation de France 3 a conduit France télévisions à préempter 14 émetteurs. Sur ces émetteurs, il n'y aura pas d'injection de télévision locale via le R1. La Bretagne n'est pas concernée par ces préemptions.

La mise en œuvre est en cours et l'ensemble du processus sera finalisé pour le **15 septembre 2007** (date fixée par le Conseil supérieur de l'audiovisuel).

L'émetteur de Brest Roc Trédudon permettra l'injection d'une télévision locale sur l'ensemble de la pointe de la Bretagne.



(@ Towercast)

La diffusion s'étend des Cotes d'Armor au département du Finistère. La population estimée est de 800 à 900 000 habitants (*estimation opérateur de diffusion*). La zone rouge représente les zones de plus forte puissance de réception.

□ L'obtention d'une fréquence

▶ Contexte juridique

La loi de modernisation de l'audiovisuel et de la télévision du futur modifiant la loi de 1986 relative à la liberté de communication qui a été votée en mars 2007, prévoit la reprise des chaînes locales hertziennes autorisées en numérique. L'article 96 précise «- I. - Sous réserve du respect des articles 1er, 3-1 et 26, le Conseil supérieur de l'audiovisuel autorise, le cas échéant hors appel à candidature, la reprise intégrale et simultanée par voie hertzienne terrestre en mode numérique des services de télévision à vocation locale autorisés en mode analogique lorsqu'un éditeur lui en fait la demande, dès lors que cette reprise s'effectue selon un principe identique en ce qui concerne le recours ou non à une rémunération de la part des usagers et qu'elle n'a pas pour effet de faire passer la population de la zone desservie en mode numérique par le service à vocation locale à plus de dix millions d'habitants. La reprise intégrale et simultanée s'entend indépendamment des caractéristiques techniques en matière notamment de format des programmes. »

Pour les autres projets ne diffusant pas en hertzien, le principe d'appel à candidature existant antérieurement sur l'analogique s'applique.

Le Conseil supérieur de l'audiovisuel prépare une consultation nationale pour la planification de la télévision locale à l'automne. Le Conseil supérieur de l'audiovisuel envisage de lancer des appels à candidature sur les sites où des candidats se sont fait connaître, ce qui est le cas pour Brest.

▶ Les étapes de la candidature

- Un dossier à livrer à une date fixée par le CSA.

Le dossier de candidature doit comporter :

- Un descriptif du projet
- La présentation de la personne morale candidate
- Un descriptif du service (grille, volume et nature des programmes)
- Le plan d'affaires sur 5 ans
- Le détail des moyens techniques

- Une audition devant le Conseil

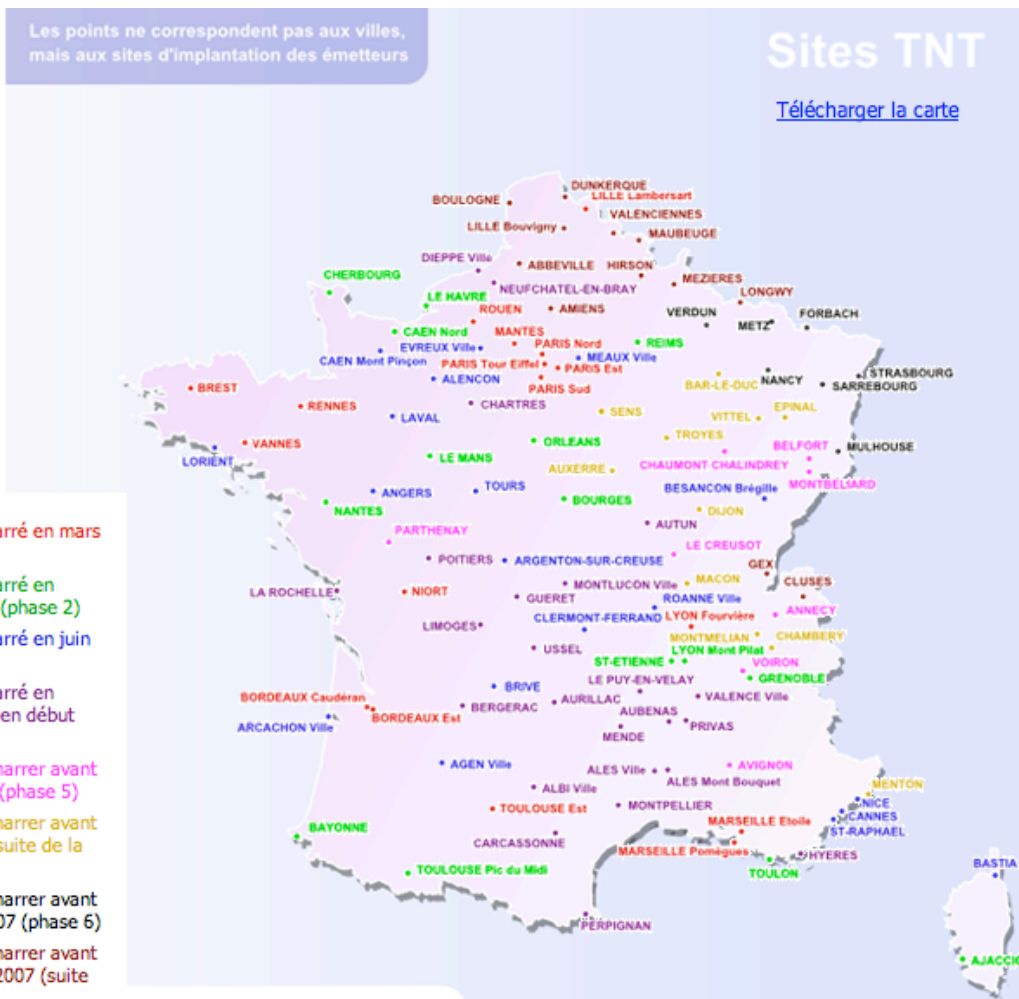
Il est prévu que l'ensemble de la candidature doit s'étaler sur une période de 8 mois (*dans les appels à candidatures analogiques, ces délais ont rarement été respectés, ndlr*).

- La convention

Si le dossier est sélectionné par le Conseil, la convention valide l'attribution.

Photographie du déploiement de la télévision numérique locale en Bretagne

- TV Rennes 35 est candidate hors appel à candidature à l'attribution de la fréquence sur le R1 au départ de l'émetteur de Rennes St Pern.
- Un projet existe sur la fréquence du R1 sur l'émetteur de Moustoir'ac et de l'émetteur de Lorient Kervéanec.
- Télecantès et Nantes 7 sont candidats hors appel à candidature à l'attribution de la fréquence sur l'émetteur de Haute-Goulaine.



@www.csa.fr

II. STRUCTURE JURIDIQUE DES TELEVISIONS LOCALES EN FRANCE

□ Cadre juridique et réglementaire

Les aspects juridiques de la télévision locale sont encadrés par la Loi n° 86 – 1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication. Cette loi a été régulièrement amendée et modifiée particulièrement en août 2000, juillet 2004 et mars 2007.

□ Comparatif des formes juridiques au regard de l'implication d'une collectivité territoriale

La loi du 9 juillet 2004 étend les formes juridiques de candidats à l'édition d'une chaîne locale en hertzien analogique et numérique.

- Les SEM (sociétés d'économie mixte), EPCC (établissements publics de coopération culturelle) et SCIC (sociétés coopératives d'intérêt collectif) peuvent obtenir des autorisations d'émettre en hertzien analogique ou numérique. Avant cette loi, ne pouvaient être candidates que les sociétés commerciales et les associations.

- L'article L.1426-1 du CGCT instaure la compétence de toutes les collectivités pour l'édition de chaînes locales, sur tous les réseaux, et étend le principe des contrats d'objectifs et de moyens pluriannuels, définissant des missions de service public.

► Les sociétés commerciales (SA, SARL, SAS...)

La société commerciale permet à une collectivité de s'appuyer sur une structure existante (exemple une société de production audiovisuelle) ou une société ad'hoc pour conduire le projet de télévision locale. La structure publique (une ou plusieurs collectivités) peut contractualiser avec la société commerciale via un contrat d'objectifs et de moyens.

Avantages

La société prend le risque commercial. La collectivité s'engage à hauteur des missions confiées dans le contrat d'objectifs.

Inconvénients

La société peut être vendue ou cédée à un autre actionnaire majoritaire.

La société n'a aucune obligation vis-à-vis des collectivités territoriales hors contrat d'objectifs et de moyens.

La structure publique n'a pas de droit de regard sur la gestion de l'entreprise.

► Les associations

L'association a une mission d'intérêt général, mais elle peut accomplir des actes lucratifs ou de commerce. Peuvent être membre deux personnes au minimum.

Avantages

Simplicité de constitution (déclaration à la Préfecture) et liberté de fonctionnement.

Regroupement des acteurs du territoire dans une même structure.

Possibilité de contractualisation de contrats d'objectifs et de moyens conjointement au développement d'activité commerciale.

Inconvénients

Nécessité de prévoir des statuts qui contrôlent les modes d'adhésion pour préserver une pérennité de fonctionnement de la télévision.

Absence d'actionnariat donc risque de déficit.

► Les sociétés d'économie mixte (SEM)

La société d'économie mixte est une société anonyme créée dans le domaine de compétence des collectivités. Elle est régie par la loi du 7 juillet 1983 (modifiée le 2 janvier 2002) qui permet de la définir comme une entreprise des collectivités locales et par la loi du 24 juillet 1966 sur les sociétés commerciales qui la soumet aux règles du droit privé.

L'actionnariat est composé de 51% à 80% de partenaires publics. Le capital social est au minimum à 37 500 € (dans les SEM existants en télévision, il est aujourd'hui au minimum de 108 500 €).

Avantages

Ancrage dans le territoire : le projet d'entreprise SEM s'inscrit dans le développement du territoire. L'intérêt général prime sur une logique exclusive de profit. Permet de rassembler dans le même tour de table, des acteurs économique locaux. Positionne la télévision locale comme un outil d'aménagement culturel du territoire.

La transparence et le contrôle de gestion : la SEM est sujette à tous les contrôles sur les sociétés. Le commissaire aux comptes veille à la sincérité des informations fournies aux actionnaires. Le Préfet est destinataire pour information des principaux actes de la société. La chambre régionale des comptes exerce son contrôle, soit directement, soit via les actes des collectivités.

Inconvénients

La SEM est une structure lourde à mettre en place qui suppose l'adhésion d'une ou plusieurs collectivités territoriales.

Le Conseil supérieur de l'audiovisuel s'était prononcé contre la possibilité, pour une SEM, d'obtenir une fréquence hertzienne avant la loi de juillet 2004.

Le CSA a rejeté la candidature de TV10 Angers en 2005, et a longuement hésité avant de sélectionner TV Rennes (alors seul dossier sur fréquence rennaise).

► Établissement public de coopération culturelle

L'EPCC est composé de représentants des communes, d'un représentant de l'Etat et de personnes qualifiées.

La télévision d'Issoudun BIP TV a été créée dans la structure de l'EPPC du pays d'Issoudun qui gère le musée, un centre de ressources et de formations audiovisuelles et la télévision locale.

Inconvénients

Cette structure ne permet pas d'associer dans un même tour de table des partenaires publics et privés du territoire.

► Société coopérative d'intérêt collectif (SCIC)

Caractérisée par la finalité sociale de son activité économique, la société coopérative d'intérêt collectif est une forme de coopérative constituée sous forme de SARL ou SA à capital variable. Elle a pour objet la fourniture de biens ou de services d'intérêt collectif qui représente un caractère d'utilité sociale.

La SCIC peut concerner tous les secteurs d'activité dès lors que l'intérêt collectif se justifie au regard des biens et services proposés, mais également au regard de l'organisation du travail et des relations avec ses partenaires. Sa création est soumise à l'agrément de son siège social par le préfet du département.

Une SCIC SARL doit comprendre au moins 3 associés.

Une SCIC SA doit en comprendre au moins 7.

Peuvent être actionnaires : les salariés, les bénéficiaires, les bénévoles, les collectivités publiques (dans la limite de 20% du capital), toute personnes physiques ou morales contribuant à l'activité de la SCIC.

Avantages

Possibilités de contrats d'objectifs et de moyens ou de subventions

Les associés sont placés sur un strict pied d'égalité.

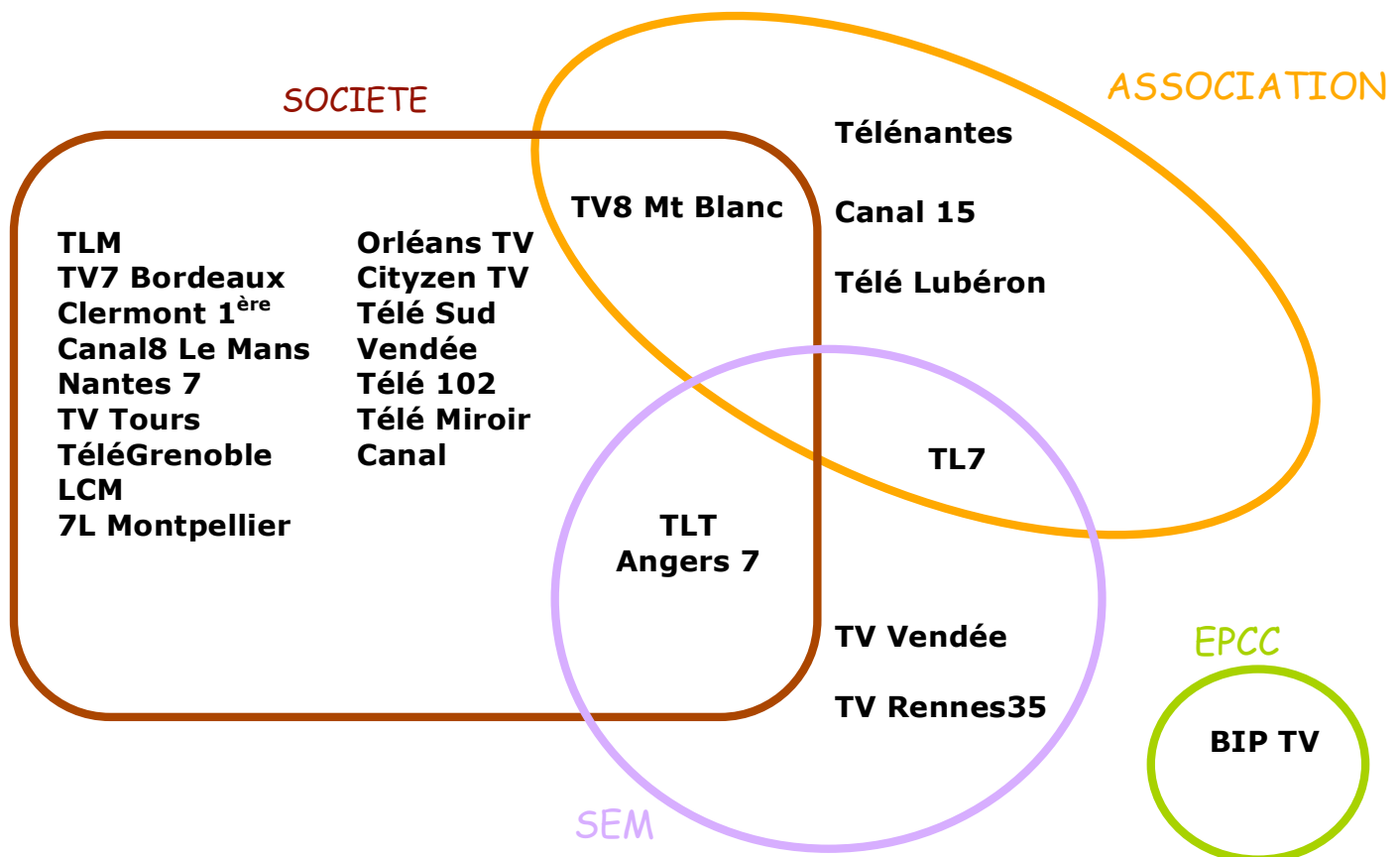
Inconvénients

Procédure et constitution assez formelles (mélange de la lourdeur des SEM et des coopératives).

Fiscalité lourde pour une activité à finalité sociale.

Aucune télévision locale en activité n'a ce statut.

Photographie des formes juridiques des télévisions locales hertziennes



TLT à Toulouse, chaîne du plan câble gérée par la SEM CTV, celle-ci est actionnaire d'une SA détenu en partie par Lagardère, Pierre Fabre, la dépêche et la Caisse d'Épargne.

Angers 7, la SEM Serca gérant TV10 Angers est actionnaire à 33% du projet Angers 7 détenu par Ouest France 34%, et Caisse d'épargne, Crédit Agricole et un bailleur social. La Ville d'Angers représenté par la SEM Serca a maintenu le contrat d'objectifs et de moyens qu'elle avait contractualisé avec TV 10.

TL7 l'association a obtenu la fréquence sur la Plaine du Forez. Les programmes sont édités par une SEM regroupant les communautés de communes de la Plaine du Forez. Dans cette SEM, dans la perspective de la TNT, l'agglomération de St-Etienne a pris la moitié des parts avec une entrée des journaux du Progrès et de la Montagne.

TV8 Mont Blanc (cf p 12).

III. LES MODELES ECONOMIQUES DES TELEVISIONS LOCALES

Le paysage dégage essentiellement deux entités économiques :

□ Les télévisions privées issues de la Presse quotidienne régionale et/ou des medias nationaux

▶ La Presse Quotidienne Régionale (PQR) :

- Le groupe La Montagne avec Clermont 1^{ère},
- Ouest France avec Nantes 7 et Angers 7 et pour 15% dans le tour de table de TV Rennes,
- Le groupe Sud Ouest avec TV7 Bordeaux,
- Le progrès de Lyon avec TLM...

▶ Médias nationaux :

- le groupe Hersant Medias (Paru Vendu) avec TéléGrenoble, Télé Alsace (câble), Orléans TV, Cityzen TV(Caen), Télé Miroir (Nîmes), Paris Cap (câble),
- NRJ et la Dépêche du midi avec 7L Montpellier.

□ Les télévisions nées de l'initiative locale publique et/ou privée

▶ Initiative citoyenne appuyée sur le service public :

- Télénantes (Association / Contrat d'objectifs et de moyens, Ville, Agglo, Département et DRAC, régie publicitaire Ouest- France)
- TV Rennes35 (SEM Ville, Agglo, Département, Ouest- France, CCI, Crédit Mutuel...),
- Canal 8 Le Mans (SAS d'actionnaires d'entreprises locales ayant un contrat d'objectifs et de moyens avec les collectivités).

▶ Initiative citoyenne appuyée sur des opérateurs privés :

- TV8 Mont-Blanc (SAS dont l'association de téléspectateurs détient la minorité de blocage et la propriété du nom).

-

► Initiative publique :

- TV Vendée,
- BIP TV (Issoudun)

Depuis 2005, les tours de table des dossiers de candidature se diversifient. Un acteur bancaire (la Caisse d'Épargne) est largement représenté dans grand nombre de télévision.

□ Coûts de fonctionnement d'une chaîne locale

Les budgets des chaînes locales hertziennes varient selon leur bassin de diffusion de 500 K€ (BIP TV à Issoudun) à 4000€ K€ à Lyon. Aucune des chaînes locales privées (issues des groupes) n'a atteint un équilibre, elles sont majoritairement déficitaires. TV 8 Mont-Blanc et les chaînes appuyées sur le service public ont des budgets en situation d'équilibre.

Les postes de charges :

- Personnel
- Achat dont production et achats de programmes
- Charges externes dont la diffusion
- Impôts et taxes

► Le poste de personnel :

D'une manière générale, une télévision locale diffusant sur une zone hertzienne est composée :

- d'une direction générale qui s'appuie sur une direction des programmes,
- d'une direction technique,
- d'une direction administrative et financière
- et d'une direction commerciale.

La rédaction en chef est rattachée selon les cas à la direction générale ou à la direction des programmes.

La direction des programmes met en œuvre la ligne éditoriale de la chaîne en développant des émissions produites et/ou coproduites par la chaîne.

La direction technique assure la mise en œuvre technique de l'ensemble des émissions et veille sur l'évolution des moyens techniques de la télévision.

La direction administrative et financière assure le suivi des ressources humaines, financières et juridiques.

Les personnels sont composés pour une part des professions relevant du journalisme : Rédacteur en chef, JRI (journaliste reporter d'image), rédacteur, chef d'édition....

et d'autre part de métiers de l'audiovisuel : Réalisateur, monteur, infographiste, chargé de production, ingénieur du son...

Dans les chaînes locales, en général, le poste personnel représente au moins 55% des charges.

► Le poste des achats :

Outre le petit matériel et les fournitures, ce poste est celui des achats de programmes et de la coproduction. Selon la ligne éditoriale de la chaîne, il sera plus ou moins conséquent. Une chaîne qui souhaite développer la production audiovisuelle locale va prévoir des moyens pour coproduire ou acheter des programmes à des sociétés de production.

► Le poste des services extérieurs :

Dans ce poste, c'est le coût de diffusion qui va constituer le montant le plus important. Ce coût de diffusion comprend une quote-part de diffusion nationale sur le multiplex R1 et une quote-part locale en fonction de la puissance de l'émetteur de Roc Trédudon.

Dans ce poste également, les frais liés aux locaux, et différentes locations mobilières, étude d'audience ainsi que le montant des droits d'auteurs.

Le poste des produits :

- Publicité (locale, régionale, nationale)
- Prestations de services et ventes
- Subventions via des contrats d'objectifs et de moyens

► Le poste de la publicité

La publicité est un élément de financement d'une chaîne locale.

La publicité locale est composée principalement de spots publicitaires, et de parrainages d'émissions. Dans les chaînes locales, la publicité locale représente une part conséquente des recettes de publicité (50 à 90 %)

La publicité régionale : dans l'Ouest et en Lorraine, les chaînes locales ont développé une offre régionale.

La publicité nationale : depuis deux ans, une régie nationale commercialise la publicité nationale pour le compte des chaînes locales. Les chaînes locales sont un média difficile à vendre, les annonceurs et agences médias appréhendent difficilement ce média dont ils n'ont pas l'habitude. La régie publicitaire nationale (TLR) a fait un chiffre d'affaires de 1,560 M€ en 2006. La répartition entre chaînes est effectuée en fonction de la zone de diffusion et de l'audience.

En 2006, la publicité nationale a constitué en moyenne 10 à 30 % des recettes publicitaires des chaînes.

La conjonction du développement des chaînes régionales numériques en Ile-de-France et du volet local de la TNT, devrait donner un essor à la régie publicitaire nationale des chaînes locales.

► Prestations de service et ventes

En fonction de leur équipement et de leur activité, certaines chaînes développent quelques activités de prestations compatibles avec leur activité première d'éditeur (location de car-régie, complément de matériel sur des événements locaux, vente d'images...)

► Subventions et contrat d'objectifs et de moyens

Ces contrats sont signés avec les collectivités territoriales en contrepartie des missions de service public confiées à la chaîne. Ce contrat n'est pas une prestation sur des émissions ou du temps d'antennes.

Il est pluriannuel 3 ou 5 ans.

Photographie de télévisions locales hertziennes

Télévision	Budget en K€	dont COM	Salariés	dont journaliste	Diffusion
TV Rennes 35	2 800		35	14	700 000
Télé Nantes	1 400	1200	17	8	650 000
Canal 15*	800	600	14	7	150 000
TL7	900	700	14	11	200 000
Canal 8 Le Mans	850	250	17	7	250 000
Angers 7*	2 000	1 000	15	NC	350 000
Clermont 1ère	2 000	NC	24	12	300 000
TLM	4 000	NC	36	18	1 200 000

* Dossier en cours

Chiffres déclaratifs 2007

IV. LE RÔLE DE LA TÉLÉVISION LOCALE DE SERVICE PUBLIC

□ Le rôle du financement public

Les contrats d'objectifs et de moyens qui encadrent le financement des collectivités locales aux télévisions, confient à la chaîne des missions de service public. Charge à chacune des parties d'en formuler le contour.

À Nantes, le dossier de Télénantes est né d'une initiative citoyenne caractérisée par l'élaboration d'un projet éditorial (www.telenantes.com). C'est sur ce projet éditorial que repose la contractualisation avec les différentes collectivités territoriales.

À Rennes, la télévision est née sur le câble, de l'initiative publique dans le but de renforcer le pluralisme de l'information. Ouest-France aujourd'hui actionnaire n'intervient pas dans le contenu des programmes, mais assure la régie publicitaire de la chaîne.

□ Le rôle de la télévision locale de service public

La télévision est ancrée et issue du territoire.

L'ambition d'une télévision locale de service public est en priorité éditoriale, basée sur un financement mixte.

▶ La télévision est un outil de démocratie locale

- valoriser l'histoire et la richesse du territoire
- créer un sentiment d'appartenance
- compléter la PQR dont le lectorat diminue
- montrer la diversité culturelle
- rendre compte des événements et des initiatives locales

▶ La télévision est un média tourné vers les gens

- média qui a une forte pénétration dans les foyers
- créateur de lien social

Le projet éditorial doit porter ces axes qui remplissent les objectifs d'intérêt général du financement public.

- ▶ S'inscrire dans la dynamique du territoire

Un territoire où la production audiovisuelle et la vie associative est particulièrement dynamique. Dans son projet éditorial, la chaîne doit permettre d'accompagner la création locale à travers des émissions spécifiques, l'achat de programmes ou la coproduction.

V. EN CONCLUSION : ÉTAPES ET PISTES DE MONTAGE

Éléments d'analyse de la situation de la fréquence brestoise

Les acteurs :

- Le Télégramme avec ou sans Ouest-France.
- Les banques (Caisse d'épargne, et Crédit Mutuel)
- Des acteurs de l'initiative locale (société de production, association...)
- Les collectivités territoriales

Un projet porté uniquement par l'initiative locale en concurrence avec la Presse quotidienne régionale a des risques de ne pas retenir l'intérêt du CSA. L'expérience de la vingtaine de chaînes existantes montre la nécessité d'associer les partenaires publics au montage de la chaîne locale.

Être incontournable, c'est l'enjeu du travail mis en place par les acteurs brestois.

Le financement public doit renforcer et pérenniser l'ancrage de la télévision locale sur le territoire, et non pas seulement permettre l'équilibre d'un projet à priori déficitaire.

Mettre en corrélation les missions de service public confiées à la chaîne financées par le ou les contrats d'objectifs et de moyens et un projet viable d'une chaîne sur le Finistère avec d'autres partenaires.

Définir un projet éditorial qui incarne le projet de service public local.

Lier le financement public à la pérennité de ce projet éditorial.

Il faut définir rapidement qui porte ce projet, comment l'ensemble des acteurs peut collaborer à un projet plus global. Faut-il envisager rapidement la mise en place d'une SEM partenaire d'un projet plus avec la Presse quotidienne régionale ? Celle-ci souhaitant préserver le contrôle du marché publicitaire.

Ne pas perdre de temps

Le calendrier des appels à candidature n'est pas fixé mais l'élaboration de ce type de projet rassemblant des acteurs locaux et des collectivités territoriales nécessitent des décisions qui ne seront pas forcément compatibles avec le calendrier du CSA et/ou celle des partenaires privés.