



CONSEIL SUPÉRIEUR DE L'AUDIOVISUEL

Rapport d'activité

2000

Mai 2001

CONSEIL SUPÉRIEUR DE L'AUDIOVISUEL

Depuis le 24 janvier 2001

Président

Dominique Baudis

Yvon Le Bars

Télévision numérique terrestre, Économie de l'audiovisuel

Francis Beck

Nouvelles technologies de l'information et de la communication, Programme et production audiovisuelle, Cinéma et télévision, Télévision numérique terrestre

Joseph Daniel

Câble et satellite, Pluralisme et déontologie de l'information, campagnes électorales, Publicité et parrainage, INA, Radio France

Hélène Fatou

Protection de l'enfance et de l'adolescence, Outre-mer, Radio, Télévision locale, Langue française, M6

Jacqueline de Guillenchmidt

Radio, Pluralisme et déontologie de l'information, campagnes électorales, Protection de l'enfance et de l'adolescence, Relations avec les éditeurs de la presse nationale et régionale, RFI, TF1

Janine Langlois-Glandier

Cinéma et télévision, Publicité et parrainage, Sport et télévision, Câble et satellite, Programme et production, Canal+

Philippe Levrier

Dossiers européens et relations internationales, Outre-mer, Télévision locale, Nouvelles technologies de l'information et de la communication, Sport et télévision, RFO

Pierre Wiehn

Économie de l'audiovisuel, Dossiers européens et relations internationales, France Télévision (France 2, France 3, La Cinquième)

Jusqu'au 23 janvier 2001

Président

Hervé Bourges

Véronique Cayla

Production audiovisuelle, Musique et audiovisuel, Outre-mer, RFO, La Cinquième-Arte

Jean-Marie Cotteret

Campagnes électorales et suivi du pluralisme, Respect des principes d'éthique de l'information, Relations avec les éditeurs de la presse nationale et régionale, Langue française

Joseph Daniel

Câble et satellite (économie du secteur, cadre juridique, autorisations des réseaux et plans de services, chaînes thématiques), Radio France, INA

Hélène Fatou

Protection de l'enfance et de l'adolescence (signalétique, protection des mineurs, programmes pour la jeunesse), M6

Jacqueline de Guillenchmidt

Radios privées, Nouvelles technologies et nouveaux services, Relations avec l'autorité de régulation des télécommunications et l'agence nationale des fréquences, TF1

Philippe Labarde

Télévisions locales métropolitaines, Quotas de chansons francophones, France Télévision

Janine Langlois-Glandier

Publicité et parrainage, Cinéma et télévision, Sport et télévision, Canal+

Pierre Wiehn

Audiovisuel numérique, Dossiers européens, RFI

Aux termes de ces dispositions :

« Le Conseil supérieur de l'audiovisuel établit chaque année un rapport public qui rend compte de son activité, de l'application de la présente loi, du respect de leurs obligations par les sociétés et l'établissement public mentionnés aux articles 44 et 49 de la présente loi.

Ce rapport est adressé au Président de la République, au Gouvernement et au Parlement à l'ouverture de la seconde session ordinaire. Dans ce rapport, le Conseil supérieur de l'audiovisuel peut suggérer les modifications de nature législative et réglementaire, que lui paraît appeler l'évolution technologique, économique, sociale et culturelle des activités du secteur de l'audiovisuel. Il peut également formuler des observations sur la répartition du produit de la redevance et de la publicité entre les organismes du secteur public. »

Le présent rapport porte sur l'année 2000. Il a été approuvé par l'assemblée plénière du Conseil supérieur de l'audiovisuel dans sa séance du mercredi 2 mai 2001.

Sommaire

5	Introduction
7	<i>Les dates clés de l'année 2000</i>
15	<i>Chiffres clés</i>
16	I - Les événements marquants de l'année audiovisuelle 2000
28	II - Les nominations
30	III - Les avis et propositions
35	IV - La gestion des fréquences
44	V - Les services autorisés
98	VI - Le contrôle
182	VII - Les sanctions
196	VIII - La télévision numérique de terre
207	IX - Les relations extérieures - Les études - Les publications
216	X - Le Conseil

Introduction

Le passage au troisième millénaire

Que retenir de cette symbolique année 2000 ?

L'année 2000 restera celle de la rénovation de la loi audiovisuelle de 1986, attendue depuis plusieurs années.

Pour une part, ce texte comble les lacunes du passé : transposition de la directive européenne « Télévision sans frontières » et mise en place d'un régime juridique pour la diffusion satellitaire.

Il pose aussi de nouvelles fondations pour le développement de l'audiovisuel.

- *Le rôle du « secteur public de la communication audiovisuelle » est réaffirmé et précisé ; la télévision publique est renforcée. La création du groupe France Télévision, l'allongement à cinq ans de la durée des mandats des présidents, le remboursement intégral des exonérations de redevance, la mise en place de « contrats d'objectifs et de moyens », la participation annoncée à la télévision numérique de terre, sont autant d'éléments qui doivent renforcer -à terme- le secteur public.*

- *Les bases de la future télévision numérique de terre sont établies. Le Conseil supérieur de l'audiovisuel se voit confier par le législateur un rôle essentiel pour composer ce nouveau paysage. La planification des fréquences, la conduite des études préliminaires techniques, économiques ou juridiques, le lancement des appels aux candidatures, l'attribution des autorisations sont et vont être au cœur de l'activité du Conseil. Il s'y consacre dans le souci de l'intérêt général et en concertation avec toutes les parties prenantes.*

Comme d'autres secteurs économiques, parfois proches telles les télécommunications ou la publicité, le monde de l'audiovisuel n'échappe pas aux opérations de concentration et de regroupement qui ont amené en 2000 les fusions AOL/Time Warner ou Canal+/Vivendi/Universal. Le Conseil a accepté cette fusion moyennant un aménagement de la convention passée avec Canal+.

Un des principaux défis que le Conseil supérieur de l'audiovisuel, en tant que régulateur du secteur, aura à relever au cours des prochaines années sera, sans nul doute, le maintien d'un juste équilibre entre la réalisation de ces grandes opérations industrielles et la préservation des principes fondamentaux de diversité et de pluralisme.

Enfin, plusieurs naissances de l'année 2000 doivent être saluées. On peut citer, parmi d'autres, comme révélatrices des évolutions actuelles, TV Breizh, Initiés TV, TiJi ou TF6, ainsi que TV8 Mont Blanc et Clermont Première.

C'est un Conseil renouvelé qui va affronter les premières années de ce nouveau millénaire.

En effet, le mandat du président, M. Hervé Bourges, et de deux membres MM. Jean-Marie Cotteret et Philippe Labarde prenait fin le 23 janvier 2001 au terme de six années. En outre, Mme Véronique Cayla a rejoint la direction générale du Festival de Cannes.

Le troisième président du Conseil supérieur de l'audiovisuel, M. Dominique Baudis, et trois nouveaux membres, MM. Francis Beck, Yvon le Bars et Philippe Levrier ont pris leurs fonctions le 24 janvier 2001.

Les dates clés de l'année 2000

JANVIER

13 janvier : Le CSA consulte le ministère de la justice sur les conditions juridiques d'apparition des mineurs, notamment des mineurs en situation difficile et des mineurs délinquants, à la télévision.

13 janvier : A l'occasion du MIDEM, le CSA publie un document d'étude sur les relations entre musique et télévision.

18 janvier : Le Conseil relance la télévision locale en Savoie et Haute-Savoie en retenant la candidature de la société TV8 Mont Blanc.

18 janvier : TDF est autorisée à mettre en service un troisième multiplex numérique terrestre sur la plate-forme expérimentale de Bretagne, tandis que la SERDIF, filiale de Canal+, obtient l'autorisation de conduire sa propre expérimentation à partir de l'émetteur de Paris-Nord Sannois.

25 janvier : Le CSA répond à la consultation publique lancée par le gouvernement à l'occasion de la publication du document d'orientation *Une société de l'information pour tous*. Il approuve le projet de mise en place d'un organisme destiné à garantir la liberté de communication sur Internet et à accompagner le développement de la société de l'information. En outre, il recense et analyse les différents procédés de labélisation et de filtrage des sites Web.

FÉVRIER

1^{er} février : Le CSA fait part de ses observations au Conseil de la concurrence à la suite de la saisine de TPS contestant les pratiques tarifaires du groupe Canal+.

8 février : Le Conseil adopte d'autres modalités d'évaluation du pluralisme. Selon le nouveau principe de référence, les éditeurs doivent respecter un équilibre entre le temps d'intervention des membres du gouvernement, celui des personnalités appartenant à la majorité parlementaire et celui des personnalités de l'opposition parlementaire, et leur assurer des conditions de programmation comparables. Un temps d'intervention équitable doit également être assuré aux personnalités appartenant à des formations politiques non représentées au Parlement.

8 février : A la demande des responsables de La Cinquième, le CSA précise les conditions de présentation à l'antenne de produits dérivés des programmes de la chaîne : il indique qu'à ses yeux, seuls les produits complétant effectivement un programme et correspondant aux missions de la chaîne (enregistrement en vidéocassette ou DVD, développement du contenu d'une émission sur un autre support) sont susceptibles d'une promotion hors écran publicitaire.

8 février : Le CSA signe avec Canal Réunion une nouvelle convention pour cinq ans, qui intègre le dispositif de signalétique jeunesse et prévoit la contribution de la chaîne au financement de la production audiovisuelle locale.

9 février : Au terme d'une procédure engagée début 1999, le CSA inflige des sanctions pécuniaires à France 2 et France 3, respectivement de 500 000 F et de 2 millions de francs, pour des cas de publicité clandestine constatés fin 1998.

22 février : Considérant que les sites Internet constituent un secteur économique nouveau et spécifique, le Conseil se prononce pour l'accès à la publicité télévisée des sites relevant traditionnellement de secteurs interdits (presse, édition, cinéma, distribution). Il entame une large consultation avec les acteurs professionnels pour définir les modalités pratiques de cet accès.

22 février : Mme Marie-Claude Tjibaou est nommée au conseil d'administration de Réseau France Outre-Mer (RFO), pour un mandat de trois ans.

29 février : Le CSA adopte un projet de convention avec la société Médecine Plus Numérique relatif à la distribution sur le câble de la chaîne Santé/Vie, chaîne médicale dont le programme sera en partie en clair, à destination du grand public, et en partie crypté, à destination des professionnels de la santé.

MARS

7 mars : Le CSA approuve le projet de renouvellement de la convention de TV Rennes, premier canal local à avoir été créé, en mars 1987, et autorise la chaîne de télévision locale Canal Cap (qui prendra, en mai, le nom de TV Flamingo) à émettre, pour la troisième année consécutive, au Cap-d'Agde (Hérault), du 15 juin au 15 septembre.

7 mars : Le Conseil prononce une suspension d'un mois à l'encontre de la radio nantaise Radio Deux Couleurs qui ne diffuse pas le programme local prévu par sa convention.

9 mars : Le groupe de travail « Protection de l'enfance et de l'adolescence » auditionne le docteur Xavier Pommereau, psychiatre et responsable de l'unité médico-psychologique de l'adolescent et du jeune adulte au CHU de Bordeaux, auteur d'une charte régissant les conditions de réalisation des reportages de télévision sur des jeunes patients auteurs de tentatives de suicide.

14 mars : LCA, La Chaîne Africaine, créée par le groupe sénégalais Sud Communication, signe sa convention en vue de sa distribution sur les réseaux câblés français.

21 mars : Pour la troisième fois, le Conseil est amené à faire part de ses observations au Conseil de la concurrence dans le cadre du conflit qui oppose la société Planète Câble à France Télécom Câble.

27 mars : *La Lettre du CSA* publie une étude sur la présence du sport à la télévision.

28 mars : Le projet de convention de la Chaîne Vivre, consacrée à la santé, la forme et la beauté, est adopté.

AVRIL

10 avril : Une soixantaine de radios sont réautorisées en régions Rhône-Alpes, Bourgogne/Franche-Comté et PACA.

18 avril : Le CSA agréé la modification de capital de la société Télé Lyon Métropole, marquant le désengagement de TVLD (groupe Vivendi), détenteur de 49,98% des actions, au profit du groupe Le Progrès, qui passe de 6,60% à 49,98%, et de la société 2 RBI. Le Progrès, nouvel actionnaire principal prenant la responsabilité d'opérateur, s'est engagé à maintenir en l'état le format et le contenu de la programmation, à garantir l'indépendance éditoriale de la chaîne par une équipe rédactionnelle totalement distincte de celle du titre de presse et à respecter l'ensemble des engagements figurant dans la convention.

18 avril : Après avoir mené une trentaine d'auditions avec les organisations professionnelles de la presse, de la distribution, du cinéma et de l'édition, le CSA fixe au 1^{er} septembre 2000 la date d'ouverture de la publicité télévisée en faveur des sites Internet de ces secteurs, en encadrant de manière stricte les messages. Cette décision sera toutefois annulée fin juillet 2000 par le Conseil d'État, qui juge que le Conseil a excédé sa compétence en prenant une décision réglementaire qui ne peut relever que du Gouvernement.

19 avril : Le Conseil publie un état des lieux du marché du câble en France, et analyse l'économie des chaînes du câble et du satellite.

26 avril : Le CSA lance un appel aux candidatures en région parisienne, en vue d'attribuer quelques fréquences radio MF.

MAI

2 mai : Le CSA autorise France Télévision à effectuer une expérimentation de diffusion numérique terrestre en région parisienne pendant six mois.

2 mai : Dans le cadre de la reconduction de son autorisation, le projet de nouvelle convention pour Télé Toulouse est adopté.

2 mai : Adopté également, le projet de convention de la chaîne câblée Tropical TV destinée plus particulièrement au public originaire des DOM-TOM et d'Afrique.

9 mai : Le Conseil demande à M6 et aux chaînes musicales l'arrêt de la diffusion d'une vidéomusique de Mandy Moore, présentant de façon complaisante un modèle automobile de Volkswagen.

9 mai : Répondant à sa demande, le Conseil adresse à la ministre de la culture et de la communication les résultats d'une consultation des diffuseurs au sujet du système PDC (Program Delivery Control), aujourd'hui utilisé par La Cinquième et Arte, dans laquelle la majorité des diffuseurs se montrent défavorables à sa généralisation.

9 mai : A la suite de la dissolution de la société qui exploitait la chaîne locale réunionnaise TV4, le CSA abroge les autorisations dont elle était titulaire.

9 mai : Les chaînes AlloCiné Télévision, chaîne d'information sur le cinéma, et TMA, chaîne musicale à destination du public antillais, sont conventionnées.

16 mai : Saisi par la ministre de la culture et de la communication d'un projet de décret visant à modifier le cahier des missions et des charges des sociétés France 2 et France 3, afin que ces chaînes publiques tiennent compte de la réalité pluriculturelle de la société française contemporaine, le collège adopte un avis positif sur ce texte qui répond aux vœux qu'il avait lui-même exprimés.

16 mai : Télé Plaisance est autorisée à conduire une expérience de télévision temporaire à Paris, du 9 juin au 9 septembre.

23 mai : Le Conseil dresse le bilan de la signalétique à la télévision et publie un sondage réalisé à sa demande par Médiamétrie sur l'impact de cette signalétique auprès des téléspectateurs : celle-ci apparaît connue, comprise et bien suivie par le public. La Belgique et la Pologne adoptent un dispositif identique.

24-26 mai : Le CSA accueille à Paris 88 délégués de 31 instances européennes pour la 11^e réunion de l'EPRA, plate-forme européenne des autorités de régulation de l'audiovisuel, présidée par le suédois Greger Lindberg. A cette occasion, il signe un accord de coopération bilatéral avec le Conseil supérieur de l'audiovisuel de la Communauté française de Belgique.

24 mai et 30 mai : En vue de la consultation électorale du 2 juillet à Mayotte, qui a trait à l'accord sur l'avenir du territoire, et de celle du 25 juin en Nouvelle-Calédonie, pour l'élection du Congrès et de l'assemblée de la province des îles Loyauté, le CSA publie deux recommandations et organise les campagnes officielles radiotélévisées. Afin de veiller au bon déroulement des opérations, des conseillers se rendent à Mayotte et en Nouvelle-Calédonie.

29 mai : M. Pierre Lescure, président de Canal+, signe avec le CSA la convention devant permettre le renouvellement de l'autorisation de la chaîne cryptée, pour cinq années à compter du 6 décembre. Les modifications conventionnelles portent essentiellement sur l'information, pour laquelle Canal+ a pris des engagements comparables à ceux de TF1 et de M6, sur la représentation à l'antenne des différentes composantes de la communauté nationale et sur l'obligation de proposer aux anciens et nouveaux abonnés numériques le système de contrôle parental.

JUIN

6 juin : Après signature de sa convention, la société Clermontoise de Télévision se voit délivrer une autorisation d'une durée de cinq ans pour la diffusion à Clermont-Ferrand d'une chaîne locale de télévision, qui prend le nom de Clermont 1^{ère}.

6 juin : Un rappel à l'ordre est adressé aux responsables de Fun Radio à la suite de propos injurieux tenus par l'animateur de la station à l'occasion d'un canular téléphonique.

6 juin : La chaîne cryptée Canal Réunion voit son autorisation reconduite pour une durée de cinq ans.

19 juin : Saisi du projet de fusion entre Canal+/Vivendi/Seagram, le CSA décide, avant de se prononcer, d'entreprendre un examen précis de la structure capitalistique envisagée, de l'organisation du contrôle qui en découle et des implications de la séparation annoncée entre l'édition du programme et sa distribution commerciale.

19 juin : La chaîne M6 est autorisée à effectuer, du 1^{er} juillet au 1^{er} janvier 2001, une expérimentation de diffusion de télévision numérique terrestre à Neuilly-sur-Seine.

20 juin : Un projet de convention est proposé à Initiés TV, projet de chaîne consacrée à l'économie, aux finances et à la Bourse.

20 juin : Audition des dirigeants de la société M6 pour l'examen du bilan de l'année 1999.

22 juin : *La Lettre du CSA* publie l'étude du Conseil sur la présence et la représentation des « minorités visibles » à la télévision française.

27 juin : La chaîne de télévision locale Tahiti Nui Télévision, créée à l'initiative du gouvernement de Polynésie française, signe une convention avec le CSA qui lui délivre une autorisation de cinq ans.

27 juin : Le Collège procède à l'audition publique du responsable de SVC-Studio Vision, seule société candidate dans le cadre de l'appel aux candidatures en vue de l'autorisation d'une télévision d'expression locale à Remiremont (Vosges). Le Conseil décidera ultérieurement de ne pas donner de suite favorable à cette candidature.

27 juin : Le CSA accède à la demande du Syndicat national de la publicité télévisée de procéder à la mesure quotidienne du temps publicitaire autorisé pour les chaînes nationales hertziennes non plus sur la tranche horaire 0h/24h, mais sur la tranche 3h/3h, qui correspond à la réalité de la programmation des chaînes et aux horaires retenus par Médiamétrie. Ce nouveau mode de décompte est mis en application à partir du 1^{er} septembre.

27 juin : Le Conseil demande aux responsables de LCI de modifier la présentation de deux émissions économiques, réalisées en direct du journal *Les Echos* et qui présentent un caractère promotionnel marqué en faveur de ce quotidien.

JUILLET

4 juillet : Le CSA rappelle aux responsables des radios l'obligation réglementaire, reprise dans chaque convention, d'établir une césure claire entre programmes et écrans publicitaires.

5, 13, 18 et 25 juillet : Examen des bilans de l'exercice 1999 de France 2, France 3, RFI, Canal+, TF1, Radio France et La Cinquième et audition de leurs responsables.

5 juillet : Après avis favorable du Conseil constitutionnel, une recommandation sur le référendum est adressée à l'ensemble des diffuseurs, tandis que sont publiées les conditions de production, de diffusion et de programmation des émissions de la campagne officielle radiotélévisée sur les antennes publiques.

11 juillet : Adoption des projets de convention des chaînes de télévision locale TV8 Mont Blanc et TV7 Bordeaux, qui doivent émettre, l'une à partir du 1^{er} octobre, l'autre à la fin du premier trimestre 2001.

11 juillet : Le Conseil adresse à LCI et France 2 un rappel à l'ordre pour avoir reconstitué et reproduit le contenu de la conversation entre le capitaine de l'équipe de France de football et son entraîneur, tenue sur le terrain à l'issue de la finale de l'Euro 2000, estimant que ces propos étaient de nature strictement privés.

25 juillet : Reconduction de l'autorisation de la chaîne locale Télé Lyon Métropole et approbation des projets de convention avec les services TV Breizh, Action TV, Zaléa TV, Médi 1 et Canal Web, en vue de leur reprise sur les réseaux câblés.

26 juillet : Le Conseil approuve l'économie générale du projet de décret modifiant le cahier des missions et des charges de Radio France, notamment les évolutions induites par le « Plan Bleu ».

26 juillet : Après une longue négociation ayant abouti à de nouveaux engagements du groupe Vivendi, le CSA se prononce favorablement sur le projet de fusion entre Canal+, Vivendi et Seagram, et déclare qu'il sera attentif à la traduction et au respect de ces engagements dans les contrats définitifs entre la chaîne et sa société de distribution qui devront lui être soumis.

26 juillet : M6 est autorisée à mettre en place un douzième journal local quotidien d'information de six minutes à Toulouse.

31 juillet : Les collaborateurs du Conseil ont la douleur d'apprendre la disparition brutale de Guy Mazaud, chargé de mission auprès de la directrice générale pour le secrétariat du Collège.

AOÛT

2 août : Publication de la loi du 1^{er} août 2000, qui modifie sensiblement les attributions du Conseil.

22 août : A l'issue de son audition, M. Marc Tessier est élu, au premier tour de scrutin, par six voix et trois bulletins blancs, président du nouveau holding France Télévision pour un mandat de cinq ans. Le Conseil publie quelques jours plus tard un document spécifique rendant compte de l'audition.

29 août : Le projet de convention de la chaîne d'information sportive EurosportsNews est adopté.

SEPTEMBRE

5 septembre : Pour procéder à la consultation contradictoire souhaitée par le législateur dans la loi du 1^{er} août 2000, le Conseil appelle tous les acteurs concernés par la télévision numérique terrestre à lui adresser des contributions écrites sur l'aménagement du spectre et les conditions techniques de ce lancement.

5 septembre : Le CSA nomme trois personnalités qualifiées au conseil d'administration de France Télévision, chacune étant, par ailleurs, appelée à siéger au conseil d'administration de l'une des trois sociétés France 2, France 3 et La Cinquième : M. Rony Brauman, ancien président de Médecins sans frontières, appelé à siéger également au conseil d'administration de La Cinquième, M. Costa-Gavras, réalisateur et producteur de films, appelé à siéger aussi au conseil d'administration de France 3, et M. Dominique Wolton, universitaire et chercheur, reconduit au conseil d'administration de France 2.

5 septembre : Le Conseil demande l'arrêt de la diffusion d'un message publicitaire en faveur du site Internet Houra.fr, dont l'activité principale est la distribution commerciale de biens et de services. Par ailleurs, à la suite de la diffusion de messages du Comité Pourquoi interpellant les pouvoirs publics en faveur de la publicité télévisée des secteurs de la presse, de la distribution, du cinéma et de l'édition, le CSA adresse une lettre aux diffuseurs prohibant ce type de campagne au discours militant et politique, qui n'est pas compatible avec la réglementation existante.

5 septembre : Le CSA adopte avec une filiale de TF1 le projet de convention de la chaîne câblée TFX, qui verra le jour le 15 novembre, après un rapprochement entre les projets de TF1 et M6, sous le nom de TF6.

12 septembre : Après signature de sa convention, la chaîne locale Télé Toulouse voit son autorisation reconduite pour une durée de cinq ans.

12 septembre : L'association Télé Bocal est autorisée à diffuser un programme local quotidien sur le canal 36 à Paris, du 16 septembre au 31 décembre 2000.

19 septembre : Appel aux candidatures en Ile-de-France pour attribuer des fréquences ou « blocs » DAB.

19 septembre : Adoption des projets de convention avec les chaînes de paiement à la séance Kiosque et Multivision.

26 septembre : A la suite de pratiques contestables relevées sur plusieurs chaînes, le CSA rappelle aux diffuseurs que seule une émission entendue comme un élément de programme précédé et clos par un générique est susceptible d'être parrainée. Cette position interdit donc le parrainage d'une rubrique ou d'une séquence à l'intérieur d'une émission, à l'exception de la météo, compte tenu de sa spécificité.

La Bulgarie adopte un dispositif analogue à celui de la France en matière de signalétique des programmes.

29 septembre : A l'issue de la consultation écrite, le Conseil réunit les acteurs concernés par le numérique terrestre pour une journée d'étude et de débat.

OCTOBRE

9 octobre : La société Towercast, filiale du Groupe NRJ, est autorisée à conduire son expérimentation de diffusion numérique terrestre en Ile-de-France à compter du 1^{er} janvier 2001.

17 octobre : Le CSA publie le bilan de 70 chaînes thématiques conventionnées établies en France.

17 octobre : Le Conseil met en œuvre, en concertation avec les acteurs concernés, les nouvelles dispositions législatives permettant un aménagement des quotas de chansons francophones à la radio. Les listes des « artistes confirmés » et des « nouvelles productions » pris en compte dans ces quotas sont mises en ligne sur son site Internet.

24 octobre : Le Conseil dresse un bilan détaillé de l'économie des chaînes thématiques du câble et du satellite. Constatant de nombreux manquements aux obligations de quotas de diffusion d'œuvres audiovisuelles et cinématographiques, il prononce une série de mises en demeure. Il est également conduit à prononcer des mises en demeure et engager des procédures de sanction à l'encontre de chaînes qui n'ont pas fourni les informations nécessaires à leur contrôle.

24 octobre : A l'occasion de l'examen du bilan de l'Institut national de l'audiovisuel (INA) pour l'exercice 1999, le CSA procède à l'audition de son président, M. Francis Beck.

24 octobre : Le Conseil rend publiques les conclusions qu'il tire de la consultation technique menée sur la télévision numérique terrestre, ainsi que l'ensemble des contributions reçues et le texte des débats de la journée du 29 septembre. Il confirme globalement les principes de sa planification des fréquences, s'engage en faveur d'un développement de la réception portable et établit un calendrier de lancement. Enfin, il décide d'approfondir l'étude de certains paramètres en créant une commission d'experts techniques, qui réunit les responsables techniques de tous les acteurs publics et privés concernés.

NOVEMBRE

6 novembre : Le CSA adopte un projet de nouvelle convention type pour les chaînes du câble, intégrant les dispositions issues de la loi du 1^{er} août 2000. Les principaux aménagements concernent les obligations déontologiques, l'application de la signalétique jeunesse à tous les programmes, l'établissement d'un état semestriel du respect des quotas ainsi que l'adaptation des procédures de sanction.

6 novembre : Un projet de convention avec la chaîne NTL TV est adopté. Ce service, essentiellement consacré à des émissions de téléachat, est destiné à remplacer l'actuel canal mosaïque des réseaux exploités par NTL France.

6 novembre : Le CSA s'oppose à la reprise d'Alpes 1, radio de catégorie B, par une société filiale du groupe LV & Co, estimant que ce projet aurait pour effet de permettre à un groupe national de prendre le contrôle d'une radio locale indépendante. Il décide parallèlement de

mener une réflexion sur la politique radiophonique en consultant largement les acteurs du secteur.

15 novembre : Adoption d'un projet de convention en vue de la distribution sur les réseaux câblés de la chaîne TF6, dont la société éditrice est détenue à parité par TF1 et M6. Il en informe officiellement le ministre de l'Économie qui a le pouvoir de saisir le Conseil de la concurrence s'il estime que la création de cette société commune crée une situation de concentration.

15 novembre : Le Conseil adopte de nouvelles modalités de procédures de sanction qui tiennent compte d'une part de la suppression, par la loi du 1^{er} août 2000, de l'instruction des dossiers par un rapporteur désigné par le vice-président du Conseil d'État, d'autre part de la jurisprudence créée par un arrêt récent du Conseil d'État. Il décide en conséquence de ne pas donner suite à quatre procédures de sanction en cours.

21 novembre : Le projet de convention de Télélecture est adopté, en vue de la distribution sur les réseaux câblés de cette chaîne consacrée à la présentation et à la lecture de textes littéraires.

28 novembre : Le CSA adresse à l'ensemble des radios et télévisions une recommandation relative aux élections cantonales et municipales des 11 et 18 mars 2001.

28 novembre : Après plusieurs mois d'évolution du projet, le plan de reprise de Radio Monte-Carlo par la société Nextradio, fondée par le directeur général démissionnaire du groupe NRJ, est agréé. Le repreneur s'engage à maintenir le format de RMC.

30 novembre : Après un réexamen détaillé des contrats liant les sociétés concernées et l'introduction de nombreuses modifications permettant de garantir le respect des obligations de la chaîne cryptée, le Conseil confirme ne pas s'opposer au projet de fusion entre Canal+, Vivendi et Seagram. Par ailleurs, il reconduit, pour une deuxième période de cinq années, à compter du 6 décembre 2000, l'autorisation de Canal+. Le 27 novembre, avait été conclu un avenant à la convention du 29 mai 2000, pour y inclure les modifications résultant de la loi du 1^{er} août 2000, en particulier les dispositions relatives à Canal+ Bleu, Jaune, Vert.

DÉCEMBRE

5 décembre : Le Conseil agréé l'entrée, à hauteur de 33,33%, au capital de la société LV&Co exploitant du réseau MFM et de la station Voltage, de DI Group, filiale de LVMH.

5 et 19 décembre : Adoption des projets de convention avec la chaîne câblée Tiji, créée par Canal J à destination des enfants de 2 à 7 ans, et avec Médi TV, éditée par la société Beur TV, plus particulièrement destinée à la communauté maghrébine.

11 décembre : Le Conseil réunit les dirigeants des radios et télévisions communautaires et confessionnelles juives, musulmanes et chrétiennes de France, afin d'évoquer avec eux les responsabilités qui leur incombent dans le traitement des informations concernant les événements en cours au Proche-Orient.

12 décembre : Audition publique des responsables de la société Canal 32, candidate à l'exploitation d'une télévision locale à Troyes (Aube).

12 décembre : M. Hervé Bourges rencontre les présidents des autres autorités administratives indépendantes (Conseil de la concurrence, CNIL, ART, COB...) pour confronter leurs méthodes, points de vue et expériences en matière de régulation et pour mettre en place des relations régulières entre ces instances.

12 décembre : A la suite d'appels aux candidatures, le CSA retient les projets de télévisions locales Alpes 1 TV à Gap et Briançon et TV 37 à Tours, et entame la négociation de leurs conventions respectives.

19 décembre : Le CSA écrit au Premier ministre au sujet du projet de directive européenne sur les réseaux et services de communication électronique. Sa position rejoint celle du ministère de la culture et de la communication, exprimée récemment dans le cadre de la présidence française de l'Union européenne, et insiste sur le caractère préjudiciable d'une éventuelle séparation de la réglementation des contenants de celle des contenus.

19 décembre : Le CSA adopte un projet d'avenant à la convention conclue avec Canal+, à la suite de la fusion Vivendi-Seagram-Canal+.

19 décembre : Le Conseil rappelle à l'ordre France 3 pour plusieurs cas de publicité clandestine, Fun Radio pour propos pornographiques tenus à l'antenne, et met en demeure Fashion TV pour une utilisation trop limitée de la langue française.

19 décembre : NRJ Group, déjà détenteur de 80% de Radio Nostalgie, est autorisé à acquérir le solde du capital cédé par RMC.

Les chiffres clés du CSA en 2000

Au cours de ses **63** assemblées plénières, le CSA a procédé à la nomination du président de la holding France Télévision et de quatre administrateurs des sociétés nationales de programme ; il a rendu **4** avis au Gouvernement et **2** au Conseil de la concurrence ; il a adressé **4** recommandations aux diffuseurs ; il a organisé **3** campagnes officielles radiotélévisées à l'occasion des élections à Mayotte et en Nouvelle-Calédonie, et pour le référendum sur le quinquennat. Il a attribué **167** fréquences aux chaînes locales et nationales de télévision et **118** fréquences MF à **44** opérateurs radiophoniques. Il a autorisé **4** nouvelles télévisions locales permanentes en Savoie et en Haute-Savoie, à Clermont-Ferrand, en Polynésie française et à Bordeaux, ainsi que **16** chaînes locales temporaires et **287** radios temporaires ; il a signé **24** conventions avec de nouvelles chaînes thématiques de radio et de télévision et **27** conventions avec des canaux locaux du câble ; il a autorisé **50** réseaux câblés et donné son aval à la modification de **349** plans de service. Il a prononcé **157** mises en demeure et engagé **13** procédures de sanction à la suite de divers manquements des opérateurs ; il a procédé à **24** auditions en assemblée plénière et il a reçu **60** délégations étrangères.

I - Les événements marquants de l'année audiovisuelle 2000

Pour le secteur audiovisuel, l'événement principal de l'année est certainement l'adoption de la loi du 1^{er} août 2000. De ce nouveau cadre juridique vont découler notamment la constitution de France Télévision et la préparation de la télévision numérique de terre, dont on ne peut dissocier le développement de la télévision locale. La fusion Vivendi/Canal+/Seagram est incontestablement un autre événement marquant, à laquelle s'ajoutent des dossiers plus spécifiques comme l'accès des sites Internet à la publicité télévisée ou le contrôle du pluralisme politique lors du référendum du 24 septembre.

Un nouveau cadre législatif pour l'audiovisuel

Après une longue gestation, la loi du 1^{er} août 2000 est venue rénover et compléter la loi du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication.

Les quatre apports essentiels de cette loi sont la transposition de la directive européenne « Télévision sans frontières » ; le renforcement du pôle audiovisuel public ; la mise en place d'un régime juridique pour la diffusion satellitaire ; la fondation de la télévision numérique de terre.

C'est désormais dans ce nouveau contexte législatif que se situent l'évolution du secteur audiovisuel et l'action du CSA.

On rappellera ci-après les principales dispositions de la loi du 1^{er} août 2000.

L'organisation et le fonctionnement du **secteur public de l'audiovisuel** sont profondément remaniés.

Il est créé une société holding France Télévision, maison-mère des trois sociétés nationales de programme France 2, France 3 et La Cinquième.

Auprès de France Télévision, un conseil consultatif des programmes émet des avis et des recommandations. Ce conseil comprend vingt membres nommés pour trois ans, après tirage au sort parmi les personnes redevables de la redevance, selon une procédure à définir par décret en Conseil d'État. A compter du 1^{er} janvier 2001, la durée des écrans publicitaires sur France 2 et France 3 est limitée à huit minutes par période de soixante minutes (contre douze minutes pour les chaînes privées). Cette baisse des recettes publicitaires doit être compensée par le remboursement intégral par le budget général de l'État des exonérations de redevance audiovisuelle.

Les relations entre l'État et France Télévision, RFO, Radio France, RFI, Arte-France et l'INA sont définies dans des contrats d'objectifs et de moyens.

La durée du mandat des administrateurs et présidents des chaînes publiques et de l'INA est portée de trois à cinq ans.

Les chaînes publiques sont désormais directement titulaires des fréquences précédemment attribuées à TDF qui perd par ailleurs son monopole pour leur diffusion en numérique.

Tout droit de reprise exclusive des chaînes publiques hertziennes est interdit.

Concernant le **secteur privé hertzien**, le régime des autorisations fait l'objet d'un certain nombre d'aménagements.

Les critères de sélection des candidats lors des appels aux candidatures ont été complétés. Notamment pour les services dont les programmes comportent des émissions d'information politique et générale, le CSA doit prendre en compte « les dispositions envisagées en vue de garantir le caractère pluraliste de l'expression des courants de pensée et d'opinion, l'honnêteté de l'information et son indépendance à l'égard des intérêts économiques des actionnaires, en particulier lorsque ceux-ci sont titulaires de marchés publics ou de délégations de service public ».

Les associations peuvent désormais être candidates à l'exploitation d'un service de télévision permanent. La durée maximale des autorisations temporaires, en radio et en télévision, est portée de six à neuf mois.

Dans les cas de reconduction hors appel aux candidatures, de nouveaux critères permettant d'écarter celle-ci sont ajoutés et auront une portée importante pour les radios : une situation financière ne permettant pas de poursuivre l'exploitation dans des conditions satisfaisantes, ou un changement de catégorie en cours d'autorisation (critère spécifique aux radios) entraîneront la non-reconduction. Pour les services de télévision, la procédure est précisée : le Conseil motive sa décision ; il publie les principaux points de la convention que lui-même et le titulaire entendent modifier ; il procède à l'audition publique du titulaire.

Dans le secteur de la **diffusion par câble et par satellite**, on relèvera tout d'abord la création d'un régime déclaratif pour les opérateurs de bouquets satellitaires. Ceux-ci disposeront d'un délai de trois mois à compter de la publication du décret précisant la part de « chaînes indépendantes » qu'ils doivent distribuer, pour effectuer cette déclaration auprès du CSA.

Les chaînes établies en France et diffusées par satellite devront être conventionnées par le CSA dans les mêmes conditions que celles du câble.

La loi consacre par ailleurs le régime déclaratif, mis en œuvre par le Conseil depuis 1997, pour les chaînes relevant de la compétence d'un autre État membre de l'Union européenne.

Enfin, la procédure de modification de leurs plans de services par les câblo-opérateurs est simplifiée. Par contre, le CSA dispose d'une panoplie de critères élargie dans son examen de ces modifications : variété des services proposés, équilibre économique des relations contractuelles avec les éditeurs de services, contribution des services au développement de la production cinématographique et audiovisuelle.

Comme les bouquets satellitaires, les câblo-opérateurs devront distribuer une part minimale de « chaînes indépendantes », à préciser par décret.

Pour ce qui concerne les **obligations en matière de contenu**, on soulignera les points suivants.

La protection de l'enfance et de l'adolescence est renforcée. En effet, la diffusion des programmes susceptibles de nuire gravement aux mineurs est totalement proscrite et le système de la signalétique est étendu aux programmes autres que les œuvres.

Le développement de l'accès des personnes sourdes et malentendantes aux programmes est encouragé.

Un décret doit fixer la liste des événements d'importance majeure qui ne pourront être retransmis en exclusivité par des chaînes cryptées.

La loi a assoupli les obligations de diffusion de chansons d'expression française par les radios, en ajoutant aux quotas antérieurs de 40% de titres d'expression française et de 20% de nouveaux talents et nouvelles productions, deux options supplémentaires que les radios peuvent choisir en fonction de leur format : 60% de titres francophones et 10% de nouvelles productions, ou 35% de titres francophones et 25% de nouveaux talents.

La catégorie des services consacrés exclusivement à l'autopromotion est reconnue, mais doit voir sa définition et son régime précisés par décret.

Dans le domaine de la production audiovisuelle, la loi exclut la détention de part de producteur par l'éditeur de service au titre de ses obligations d'investissement dans la production « indépendante » et précise les critères de cette indépendance.

Elle étend aux chaînes du câble, du satellite et aux futurs services de la télévision numérique de terre, l'obligation de contribution financière à la production d'œuvres audiovisuelles et cinématographiques, cette obligation pouvant être modulée selon les services.

Dernière nouveauté apportée par le législateur et non la moindre, l'objectif d'un développement prochain de la **télévision numérique de terre** et son encadrement juridique.

La loi fixe tout d'abord le cadre de la planification des fréquences. Le Conseil devait procéder, avant le 30 septembre 2000, à « une consultation contradictoire relative à l'aménagement du spectre hertzien en vue d'un développement optimal de la diffusion numérique de terrestre ». Il doit chercher à « favoriser le développement de la réception portable et de la réception mobile » et publier d'ici au 31 juillet 2001 une « première liste des fréquences disponibles ».

Concernant l'attribution de ces fréquences, les chaînes publiques existantes (y compris Arte et la Chaîne Parlementaire), ou à venir, bénéficient d'un droit d'usage prioritaire.

L'attribution des autres canaux relève d'appels aux candidatures, par zone géographique et par catégorie de services, dans le respect des priorités définies par la loi : - reprise intégrale et simultanée des services de télévision nationaux et locaux, autorisés avant l'entrée en vigueur de la nouvelle loi ; - possibilité de disposer d'un autre canal pour les chaînes privées nationales ; - sélection des candidats selon les critères traditionnels (pluralisme, diversité, viabilité économique, engagements de production...). Le Conseil doit en outre favoriser les services en clair et les services à vocation locale.

Le dispositif anticoncentration est étendu aux futures chaînes numériques. En particulier, comme pour les services analogiques, le seuil de détention capitalistique d'une société titulaire d'autorisation est fixé à 49%. Chaque chaîne devra être éditée par une société

distincte et une même personne ne pourra contrôler plus de cinq sociétés titulaires d'autorisation nationale.

Les éditeurs autorisés par le Conseil et appelés à partager une même fréquence proposeront conjointement au CSA en vue de son autorisation une société distincte chargée de faire assurer les opérations techniques nécessaires à la transmission et à la diffusion auprès du public de leurs programmes. La société qui assurera la commercialisation des programmes payants procédera à une simple déclaration. La loi fixe le principe de l'interopérabilité des systèmes de réception de la télévision numérique de terre.

Le Conseil pourra être saisi de tout litige portant sur les conditions techniques et commerciales de la diffusion hertzienne numérique et disposera en la matière d'un pouvoir d'arbitrage.

On peut constater que ces dispositions législatives auront un impact important sur le paysage audiovisuel, qu'il s'agisse de la création d'un nouveau secteur numérique hertzien, du remodelage des structures et du financement des chaînes publiques ou des clauses aux enjeux plus limités, mais qui influent directement sur les procédures du Conseil et les obligations des opérateurs.

Toutefois, pour que la loi trouve pleinement application, de nombreux décrets sont nécessaires. Parmi les plus importants on peut citer les décrets qui fixeront les obligations de production et de diffusion des différents services, hertziens analogiques et numériques, ou diffusés par câble et satellite. Le niveau de contraintes quant au contenu et les conditions économiques d'exploitation des services en seront bien évidemment affectés.

Le CSA délivrera son avis sur ces différents textes et a d'ores et déjà fait des recommandations au Gouvernement en vue de leur élaboration.

Le Conseil a également appelé l'attention du Gouvernement sur un certain nombre de difficultés de nature législative, soit non résolues par la loi du 1^{er} août 2000, soit résultant des nouvelles dispositions, particulièrement pour la télévision numérique de terre, souhaitant que des solutions puissent être apportées.

Enfin, l'encadrement législatif de la communication audiovisuelle sera complété par la loi sur la société de l'information, qui devrait préciser les modalités de régulation d'Internet et le rôle du CSA à cet égard.

Si l'on considère les évolutions attendues à moyen terme du cadre juridique de l'audiovisuel, il ne faut pas omettre les directives européennes. D'une part, les travaux de révision de la directive « Télévision sans frontières » vont débiter ; d'autre part, sont en préparation plusieurs directives concernant globalement le secteur des réseaux et services de communication électronique et à propos desquelles le Conseil a fait part de ses préoccupations au gouvernement, considérant qu'elles pourraient remettre en cause la spécificité du régime du contenu applicable à l'audiovisuel.

La constitution de France Télévision

Le Conseil a exprimé fréquemment son attachement à un service public audiovisuel fort et son souhait que la télévision publique soit dotée des structures et des moyens nécessaires. Il s'est donc particulièrement réjoui de la consécration de France Télévision par la loi du 1^{er} août 2000.

La constitution d'une holding regroupant les trois sociétés nationales de programme France 2, France 3 et La Cinquième, avec une équipe cohérente à leur tête, l'allongement à cinq ans du mandat du président, la réduction de la durée de la publicité couplée à l'engagement du Gouvernement de compenser les exonérations de redevance, le développement annoncé de la télévision publique dans la diffusion numérique de terre sont autant d'éléments auxquels le Conseil s'est déclaré favorable.

La loi du 1^{er} août 2000 avait fixé un délai d'un mois à compter de sa publication, pour qu'interviennent la nomination du président de France Télévision et l'approbation des statuts de la société.

Lorsqu'il avait nommé Marc Tessier président de France 2 et France 3 en mai 1999, le Conseil avait fait le choix de se placer dans la perspective de la création de France Télévision. Il avait en effet expliqué en ces termes sa nomination : « Ce choix est celui d'une personnalité de l'audiovisuel dont l'expérience et les compétences ont paru adaptées à la présidence de France Télévision, et que le Conseil a jugée apte à préparer France 2 et France 3 à la mise en œuvre de la future loi sur l'audiovisuel et à la création du holding de la télévision publique ».

Quatorze mois plus tard, Marc Tessier était donc le candidat naturel à la présidence de France Télévision. Après l'avoir auditionné et approuvé le projet qu'il a présenté, le Conseil l'a nommé président de France Télévision le 22 août 2000.

Marc Tessier a été désigné au premier tour de scrutin par six voix et trois bulletins blancs. De par la loi, le président de la société holding est également président des conseils d'administration de France 2, France 3 et La Cinquième. A la fin du mois d'août le Conseil a publié un document spécifique rendant compte de cette procédure et de l'audition de Marc Tessier, comme il l'avait déjà fait en juin 1999.

La loi du 1^{er} août 2000 dispose aussi que parmi les quatre personnalités qualifiées nommées par le CSA au conseil d'administration de France Télévision, une au moins doit être issue du monde associatif et une autre du monde de la création ou de la production audiovisuelle ou cinématographique.

Le 5 septembre, le Conseil a ainsi nommé administrateurs de France Télévision Rony Brauman, personnalité issue du monde associatif, également administrateur de La Cinquième, Constantin Costa-Gavras, personnalité issue du monde de la création cinématographique, également administrateur de France 3 et Dominique Wolton, également administrateur de France 2.

Reconduction de son autorisation et nouvelle convention pour Canal+

L'année 2000 a vu la seconde reconduction pour cinq ans de l'autorisation de Canal+, par décision du 30 novembre.

Dans sa seconde phase, cette procédure s'est déroulée parallèlement à l'examen par le Conseil des conséquences du projet de fusion Canal+/Vivendi/Seagram. Les deux dossiers ont souvent donné lieu à des commentaires les liant entre eux, alors qu'ils relèvent d'analyses et de procédures bien distinctes juridiquement.

Le 23 novembre 1999, le Conseil s'était prononcé sur la possibilité de reconduire hors appel aux candidatures l'autorisation de Canal+. Il avait en effet constaté qu'aucune des conditions pouvant faire obstacle à une telle reconduction (modification par l'État de la destination des fréquences ; gravité des agissements ayant motivé des sanctions ; atteinte à l'impératif du pluralisme)¹ n'était remplie.

Les mois suivants ont été consacrés à la négociation d'une nouvelle convention, qui a été conclue le 29 mai. Le Conseil a auditionné dans ce cadre les bureaux de liaison des industries et des organisations du cinéma (Blic et Bloc), le syndicat des auteurs, réalisateurs et producteurs (ARP), l'union des syndicats de producteurs audiovisuels (USPA), le syndicat des producteurs indépendants (SPI), le Comité national olympique et sportif français (CNOSF) et les représentants des pouvoirs publics (CNC et SJTIC).

Les principales modifications de la convention ont porté sur les points suivants :

- introduction de nouvelles dispositions encadrant la déontologie de l'information et des programmes, de même nature que celles figurant depuis 1996 dans les conventions TF1 et M6 ;
- renforcement de la protection de l'enfance notamment par l'instauration d'un système de double embrouillage pour les programmes de catégorie V ;
- renforcement des obligations d'information du Conseil.

Un premier avenant à la convention du 29 mai a été signé entre les parties le 27 novembre. Il convenait en effet de la mettre en conformité avec la loi du 1^{er} août 2000, modifiant la loi du 30 septembre 1986. Il s'agissait principalement d'étendre la signalétique aux programmes autres que les œuvres et d'intégrer dans la convention de Canal+ les dispositions relatives à Canal+ Bleu, Jaune, Vert, services « multiplexés » de la chaîne, diffusés en numérique sur le câble et le satellite.

Parallèlement, de juin à décembre, a été instruit le dossier de la fusion.

¹ – Depuis, la loi du 1^{er} août 2000 a introduit deux nouvelles conditions ; l'existence de condamnations pénales pour incitation à la haine raciale ou diffusion d'images de nature à porter gravement atteinte à la dignité humaine ; situation financière ne permettant pas de poursuivre l'exploitation dans des conditions satisfaisantes.
La loi du 1^{er} août a également modifié la procédure elle-même : le Conseil doit dorénavant motiver sa décision de recourir (ou non) à la procédure de reconduction hors appel aux candidatures ; sa décision mentionne les points principaux de la convention en vigueur qu'il souhaite voir réviser, ainsi que ceux dont le titulaire demande la modification ; il procède, dans le mois suivant la publication de sa décision, à l'audition publique du titulaire.

La fusion Canal+/Vivendi/Seagram

Le Conseil a été saisi le 19 juin 2000, du projet de fusion Canal+/Vivendi/Seagram. L'examen approfondi qu'il a conduit de ce dossier a donné lieu, du 19 juin au 26 juillet, à plusieurs auditions des présidents et principaux dirigeants de Canal+ et de Vivendi.

Le cœur des difficultés résidait dans la dissociation entre deux sociétés distinctes des activités d'édition et de commercialisation du programme. L'édition devait rester dans la société autorisée par le Conseil et détenue à 48,7% par Vivendi Universal, tandis que la commercialisation passait dans une société détenue à 100%.

Si cette séparation n'était pas en elle-même contraire aux textes, les pouvoirs respectifs des deux sociétés et leurs relations ne devaient pas aboutir à placer Canal+ sous la dépendance de Canal+ Distribution.

Le Conseil a estimé que le premier projet qui lui avait été soumis n'était pas conforme au dispositif anticoncentration et qu'il comportait des modifications substantielles des données fondamentales de son autorisation susceptibles de la remettre en cause.

Le Conseil a été amené à exiger que soit assurée l'indépendance économique et financière de Canal+ SA, en tant que société de télévision payante, ce qui imposait qu'elle conserve notamment la pleine propriété de son fichier d'abonnés, la relation directe avec ceux-ci, l'encaissement des abonnements et la maîtrise de sa politique tarifaire et commerciale.

Le Conseil a estimé que les modalités nouvelles obtenues des groupes Vivendi et Canal+ répondaient à ses demandes. Il a constaté que l'identité éditoriale et la nature des programmes de Canal+ ne seraient pas affectées par ce projet et vérifié que le seuil maximal de 20% de capitaux non-européens serait respecté.

Dans ces conditions, il a décidé de ne pas s'opposer au projet en précisant qu'il serait extrêmement attentif à ce que la réalisation effective de l'opération et, en particulier, les contrats entre la chaîne et sa société de distribution respectent les principes au vu desquels il s'était prononcé.

Après examen du projet de contrat entre la société Canal+ SA et sa société de distribution, Canal+ Distribution, qui lui a été soumis le 16 octobre 2000, le Conseil a demandé à la société des modifications de ce texte ainsi que des engagements de la part du groupe.

A l'issue de nouvelles discussions, correspondances et réunions au cours du mois de novembre, il a confirmé, le 30 novembre, ne pas s'opposer au projet de fusion. Il a accepté la version définitive du projet de contrat dans la mesure où il comportait des garanties suffisantes sur les points suivants :

- la garantie pour Canal+ SA de maîtriser son activité de télévision par abonnements, la société déterminant son budget, sa politique tarifaire, commerciale et promotionnelle, contrôlant l'évolution de son chiffre d'affaires, ayant la propriété de sa base d'abonnés et en disposant pleinement pour sa propre exploitation et encaissant directement ses recettes ;
- le maintien de l'indépendance éditoriale de la chaîne et de son offre de programme.

Le Conseil a tenu, en outre, à ce que le groupe Vivendi/Canal+ prenne des engagements pour protéger les intérêts du cinéma français. Ainsi, il ne sera pas édité ni commercialisé de chaîne de télévision au format similaire à celui de Canal+. Par ailleurs, Canal+ SA prend l'engagement d'un investissement minimum par abonné dans le cinéma français et européen. Enfin, elle aura les moyens de s'opposer à des utilisations de sa base d'abonnés

par Canal+ Distribution, qui nuiraient à ses intérêts fondamentaux et le Conseil sera tenu informé des utilisations de la base d'abonnés.

Après la réalisation effective de la fusion, un deuxième avenant à la convention de la chaîne a été conclu le 19 décembre 2000, en tirant les conséquences : modification du nom de la société (de Canal+ à Canal+ SA), du montant de son capital, du nom de l'actionnaire de référence (de Vivendi à Group Canal+), inclusion de clauses sur Canal+ Distribution, référence à la charte conclue entre Vivendi Universal et Canal+ SA qui garantit son indépendance éditoriale, intégration d'engagements à l'égard du cinéma, renforcement de l'information du Conseil sur l'actionnariat de Canal+ SA et Vivendi Universal.

Les travaux préparatoires à la télévision numérique de terre

Au mois de juin 1999, pour préparer le débat parlementaire à venir, relatif au cadre législatif de la télévision numérique de terre, le gouvernement ouvrait une consultation sur « la numérisation de la diffusion terrestre de la télévision et de la radio ». En décembre 1999, le Conseil faisait connaître sa réponse à ce livre blanc et sa philosophie concernant le développement de la télévision numérique de terre. Il énonçait dix principes fondamentaux essentiels à ses yeux pour que cette révolution numérique soit un réel progrès pour tous.

Le Conseil s'est réjoui de constater que le législateur avait été largement inspiré par les mêmes principes et que la loi du 1^{er} août 2000 le dotait de pouvoirs importants pour dessiner ce nouveau paysage et en particulier celui d'attribuer les autorisations service par service (cf. point 1 sur le cadre juridique de la télévision numérique de terre).

Le Conseil s'est employé tout au long de l'année à préparer la future télévision numérique de terre en concertation avec toutes les parties concernées. Les travaux techniques ont été particulièrement importants. Le Conseil s'est également livré, dans le cadre du groupe de travail sur l'audiovisuel numérique animé par Pierre Wiehn, à une étude approfondie des aspects juridiques, économiques et stratégiques du lancement de ce nouveau réseau et des futurs services numériques.

Sur le plan technique, le principal chantier est celui de la planification, visant – dans un maximum de zones géographiques – à identifier six fréquences exploitables en numérique en coexistence avec l'analogique. La recherche informatique de ces capacités s'accompagne de mesures de validation sur le terrain et de consultations internationales réciproques (plus de 1.100 dossiers de coordination internationale avec nos voisins européens ont été ouverts à fin décembre 2000).

Parallèlement, le Conseil a réaffirmé sa volonté de permettre à tous les acteurs concernés de tester les potentiels et caractéristiques techniques de la diffusion numérique terrestre et a délivré ou reconduit de nombreuses autorisations d'expérimentations, en analysant attentivement les conclusions issues de ces mesures.

Enfin, répondant à la demande du législateur, le Conseil a organisé en septembre 2000 une vaste consultation relative aux conditions techniques de l'aménagement du spectre hertzien, et en a publié les conclusions fin octobre 2000. Il a précisé à cette occasion quels seraient les principes de base de la planification, les modalités d'utilisation de la ressource et le déploiement des réseaux dans l'espace et dans le temps.

A l'issue de cette consultation, pour poursuivre cet indispensable partage des connaissances techniques, le Conseil a mis en place une commission d'experts réunissant sous l'égide de sa direction technique les spécialistes de toutes les entreprises et administrations concernées. La commission travaille sur trois sujets : la portabilité, les caractéristiques des signaux diffusés et l'interopérabilité des systèmes de réception.

Les dimensions juridiques, économiques et stratégiques du dossier ont été explorées de nombreuses manières. Le groupe de travail dédié au numérique terrestre a particulièrement porté son attention sur l'application pratique du dispositif anticongestion aux groupes de communication français, sur les exemples étrangers opérationnels (Grande-Bretagne, Suède, Espagne) ou en émergence, sur le potentiel de développement de l'audiovisuel local et les conditions qu'il requiert, sur le calendrier de lancement de la télévision numérique terrestre, et enfin sur l'économie prévisionnelle du nouveau paysage. A ce dernier titre, le Conseil a commandé une étude de modélisation, à la société Idate, afin de disposer d'un outil de simulation et d'aide à sa réflexion.

Début 2001, Yvon le Bars, nouveau membre du Conseil, a pris la présidence du groupe de travail consacré à la télévision numérique de terre, avec Francis Beck pour suppléant.

Le Conseil a confirmé être en mesure de publier avant le 1^{er} août 2001 une première liste de fréquences disponibles, comme le requiert la loi. Celles-ci permettront la couverture d'environ 50% de la population française.

Le Conseil a rappelé que le lancement du premier appel aux candidatures prévu pour juillet 2001 supposait que soient connus au préalable le périmètre du secteur public prioritaire et les obligations réglementaires qui pèseront sur les éditeurs de services en matière de production et de diffusion.

Le renouveau de la télévision locale

A la fin de l'année 2000, le Conseil a examiné le bilan de l'activité des télévisions locales hertziennes métropolitaines pour l'exercice 1999. Il n'a eu à se pencher que sur... trois sociétés ! Aqui TV, Télé Lyon Métropole et Télé Toulouse. En effet, les autres télévisions locales, soit avaient cessé leur activité : arrêt de la diffusion de TV 8 Mont Blanc en 1998, absence quasi totale d'émission de Télé Bleue à Nîmes, qui devait conduire au retrait de son autorisation par le Conseil en janvier 2001 ; soit n'existaient pas encore.

A la fin de l'année 2001, en revanche, ce sont onze télévisions locales hertziennes permanentes qui devraient être en exercice.

A la suite du lancement de plusieurs appels aux candidatures en 1999 et en 2000 de nouvelles chaînes ont en effet été autorisées en Vendée (aux Sables-d'Olonne et à Luçon), à Clermont-Ferrand, à Bordeaux et dans les Alpes avec la renaissance de TV 8 Mont Blanc.

Début 2001, trois autres étaient en cours de création à Tours, à Troyes et dans les Alpes du Sud.

Le Conseil s'est prononcé très clairement en faveur du développement de la télévision locale, grande absente du paysage audiovisuel français, même s'il ne faut pas négliger l'apport que constituent quelque quatre-vingts canaux locaux du câble.

Les téléspectateurs apprécient et attendent sans nul doute ce type de services et de nombreux opérateurs sont prêts à s'y investir. A la fin 2000, plus de soixante demandes de

lancement d'appels aux candidatures avaient été formulées auprès du Conseil. Ces demandes émanent de trois catégories d'opérateurs potentiels : les entreprises de presse, de petites sociétés locales et des associations, auxquelles la loi du 1^{er} août 2000 a ouvert la possibilité d'exploiter des télévisions permanentes.

Toutefois, aux yeux du Conseil, deux éléments doivent être pris en compte pour que ce mouvement s'accélère et aboutisse à une offre substantielle. Il convient tout d'abord d'assurer une bonne coordination entre le développement de la télévision hertzienne locale en mode analogique et le lancement de la télévision numérique de terre. C'est pourquoi le Conseil a décidé de suspendre le lancement de nouveaux appels aux candidatures jusqu'à la mi-2001, date à laquelle la planification des fréquences numériques et les modalités de déploiement de la télévision numérique de terre seront suffisamment clarifiées.

Par ailleurs, les conditions économiques de l'existence de télévisions locales doivent être réunies. A cet égard dès la fin 1999, le Conseil faisait valoir que l'émergence d'un secteur associatif de télévisions de proximité justifiait la création d'un fonds de soutien spécifique. Il s'est également exprimé à plusieurs reprises en faveur d'une ouverture au secteur de la distribution, de la publicité sur les télévisions locales. Enfin, il apparaît nécessaire que soient clairement prévues les modalités d'intervention des collectivités locales.

L'accès des sites Internet à la publicité télévisée

A la fin de l'année 1999 et au début de l'année 2000, le Conseil a été saisi par plusieurs entreprises éditant des sites Internet, en particulier de la presse nationale, sur les conditions d'accès de ces sites à la publicité télévisée. Face au silence du décret n° 92-280 du 27 mars 1992 sur ce point précis, elles demandaient que tous les sites puissent avoir accès à la publicité télévisée, nonobstant l'interdiction prévue à l'article 8 du même décret pour les secteurs de la presse, de la distribution, du cinéma et de l'édition. Ces demandes étaient également relayées par l'association des annonceurs, les diffuseurs et leurs régies.

Le Conseil a délibéré de cette question lors de son assemblée plénière du 22 février 2000.

Il a considéré que « les activités des sites Internet constituaient un secteur économique nouveau et spécifique » et qu'à ce titre les restrictions réglementaires existantes ne pouvaient pas leur être appliquées.

Le Conseil exprimait sa volonté d'accompagner le développement de ce nouveau secteur économique dans des conditions d'égalité de concurrence entre ses acteurs.

A la suite de cette prise de position de principe, les réactions des différentes parties prenantes ont été contrastées. Les secteurs qui s'estiment protégés par les restrictions d'accès à la publicité télévisée, notamment les radios, la presse quotidienne régionale, le cinéma, ont montré dans leur très grande majorité une vive hostilité à toute évolution en la matière. En particulier, ils ne croyaient pas que l'ouverture pouvait être limitée aux sites Internet sans s'étendre à l'activité principale. La ministre de la culture et de la communication faisait, quant à elle, part au Conseil de sa préoccupation.

Au cours du mois de mars, le Conseil a tenu une série de réunions avec les représentants de la presse, de l'édition, du cinéma, de la distribution, de la radio, des annonceurs, des diffuseurs, de la publicité. Il souhaitait définir avec eux les conditions et modalités concrètes d'accès à la publicité télévisée des sites Internet, pour préserver les équilibres économiques

existants. Ces modalités ont été déterminées à l'issue d'une trentaine d'auditions et rendues publiques fin avril, l'ouverture devant être effective le 1^{er} septembre.

Un certain nombre d'opposants à cette évolution ont déposé des recours au Conseil d'État contre la décision du CSA. Le 3 juillet, le Conseil d'État l'a annulée considérant qu'une telle décision relevait du pouvoir réglementaire du Gouvernement et qu'il n'entraînait pas dans la compétence du CSA de fixer une règle juridique nouvelle.

Réagissant à cette annulation, la ministre de la culture et de la communication déclarait « prendre acte de la décision du Conseil d'État et décider d'engager une large consultation sur l'accès à la publicité télévisée des secteurs interdits en vue d'une éventuelle modification de l'article 8 du décret du 27 mars 1992 ».

Cette affaire a eu quelques retombées les mois suivants.

Fin août était programmée par un certain nombre de chaînes de télévision, une campagne émanant du « Comité Pourquoi ? », interpellant les pouvoirs publics sur la nécessité de l'accès à la publicité télévisée pour les sites Internet de tous les secteurs. Le CSA a adressé une lettre aux diffuseurs prohibant à l'avenir la diffusion de campagnes de cette nature. Ces messages au discours militant et politique n'appartiennent en effet à aucune catégorie compatible avec les textes en vigueur.

Début septembre, le CSA devait également demander l'arrêt immédiat de la diffusion d'un message publicitaire en faveur du site houra.fr édité par une entreprise du secteur de la distribution.

Le référendum et le contrôle du pluralisme politique

La garantie du pluralisme politique est un des motifs à l'origine de la création d'une autorité indépendante de régulation de l'audiovisuel et une des missions essentielles du Conseil supérieur de l'audiovisuel dans la démocratie d'aujourd'hui.

Aussi le Conseil veille-t-il, tout au long de l'année, au respect du pluralisme, par les médias audiovisuels publics et privés, entre les différentes forces politiques.

Cette mission est en encore plus cruciale en période électorale ce qui fait de tout scrutin un moment fort dans l'activité du CSA.

Au début de l'année 2000, à l'issue d'une longue réflexion conduite en concertation avec les partis politiques et les rédactions des principales radios et télévisions, le CSA a adopté de nouvelles modalités d'évaluation du pluralisme.

Toutes les parties concernées faisaient en effet le constat que la traditionnelle règle arithmétique « des trois tiers » était trop réductrice et trop rigide.

Aussi le Conseil a-t-il adopté un nouveau principe de référence qui modifie, assouplit et précise la règle précédente. En premier lieu, il est demandé aux éditeurs de respecter un équilibre entre le temps d'intervention des membres du gouvernement, celui des personnalités appartenant à la majorité parlementaire et celui des personnalités de l'opposition parlementaire, et leur assurer des conditions de programmation comparables. Il

est précisé à cet égard que, sauf exception justifiée par l'actualité, le temps d'intervention de l'opposition parlementaire ne peut être inférieur à la moitié du temps d'intervention cumulé du gouvernement et de la majorité parlementaire ; il est également précisé que les interventions de ministres relevant manifestement de leurs activités internes à un parti devaient être décomptées dans la catégorie « majorité » et non « gouvernement ».

En second lieu, pour prendre en compte la réalité de la vie politique aujourd'hui, les éditeurs sont désormais invités à assurer un temps d'intervention équitable aux personnalités appartenant à des formations politiques non représentées au Parlement.

En troisième, afin d'atténuer les répercussions des événements de l'actualité -susceptibles d'entraîner une sur-représentation ou une sous-représentation momentanée à l'antenne de telle ou telle catégorie de responsables politiques-, le rythme d'appréciation du respect du pluralisme, qui reste mensuel, est également évalué sur la base d'un semestre glissant.

Par ailleurs, le Conseil dispose désormais de documents d'analyse détaillés et d'une série d'indicateurs : temps d'antenne et de parole ventilés par sujets traités, éléments d'audience... Il peut ainsi apprécier les résultats quantitatifs avec finesse et précision et les situer dans le contexte de l'actualité.

En période électorale, le Conseil dispose de pouvoirs particulièrement importants. La loi lui confie en effet le soin d'adresser aux éditeurs des recommandations déterminant les modalités de respect du pluralisme spécifiques au scrutin en cause, et de fixer les conditions de production, de programmation et de diffusion des émissions de la campagne électorale officielle que les radios et télévisions publiques doivent programmer.

A l'occasion du référendum du 24 septembre sur la réduction de la durée du mandat présidentiel, le Conseil a ainsi adopté une recommandation en vigueur à compter du 21 août, dont les dispositions visaient à offrir aux citoyens une information complète et pluraliste sur les enjeux du scrutin.

Tout au long de cette période, le Conseil n'a pas eu à relever de déséquilibres dans le traitement du référendum, qui auraient justifié une intervention de sa part auprès des chaînes. De plus, ce qui est tout à fait inhabituel en période électorale, il n'a été saisi d'aucune plainte. Il est vrai que la campagne en vue du référendum s'est distinguée par la faible couverture que lui ont consacrée les médias audiovisuels, et que le scrutin lui-même a été marqué par une très forte abstention.

Les émissions de la campagne officielle, dont ont bénéficié quatorze partis, ont été programmées du 11 au 15 septembre, puis du 18 au 22 septembre. Le bilan est là aussi mitigé. L'implication des partis politiques dans le tournage des émissions a été plus faible qu'à l'habitude. L'audience recueillie a été moindre.

Le Conseil estime que ce relatif désintérêt est plus dû au scrutin lui-même qu'au système des campagnes officielles qui a le mérite d'offrir un espace de libre expression aux formations politiques, dans des conditions d'égalité de moyens entre elles.

II - Les nominations

Les articles 47-1, 47-2, 47-3 et 50 de la loi du 30 septembre 1986 modifiée donnent au Conseil supérieur de l'audiovisuel un pouvoir de nomination de certains responsables des organismes du secteur public de l'audiovisuel.

Les principales nominations de l'exercice 2000 ont fait suite à la constitution de la holding France Télévision.

Nomination à la présidence de la société France Télévision

La modification, le 1^{er} août 2000, de la loi du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication, en ce qu'elle a notamment consacré la holding France Télévision et étendu à cinq ans la durée des mandats des personnalités qualifiées siégeant au conseil d'administration des sociétés du secteur public, a conduit le CSA à examiner la possible reconduction du mandat de M. Marc Tessier, président commun des sociétés France 2 et France 3 depuis le 28 mai 1999.

La loi avait fixé un délai d'un mois à compter de sa publication, pour qu'il soit procédé à cette nomination.

Prenant acte de l'action positive entreprise par M. Tessier à la tête de ces sociétés depuis sa nomination le 28 mai 1999 en tant que président commun de France 2 et France 3, le Conseil a décidé le 22 août de le nommer administrateur de la société France Télévision pour remplir les fonctions de président pour une durée de cinq ans.

A ce titre, il est également président des conseils d'administration des sociétés France 2, France 3 et La Cinquième.

Fin août, le Conseil a publié un document spécifique rendant compte de l'audition de M. Marc Tessier, préalable à sa nomination.

Nomination d'une personnalité qualifiée au sein du conseil d'administration de la société nationale de programme RFO

Le 26 février 2000, le Conseil a nommé Mme Marie-Claude Tjibaou, pour une durée de trois ans, en qualité d'administrateur de la société nationale de radiodiffusion et de télévision pour l'outre-mer devenue le 1^{er} août 2000 Réseau France Outre-mer (RFO).

Nomination de personnalités qualifiées au sein du conseil d'administration de la société France Télévision

Le Conseil a nommé en qualité d'administrateurs de la société France Télévision pour une durée de cinq ans, à compter du 5 septembre, MM. Rony Brauman, Costa-Gavras et Dominique Wolton.

Chacune de ces personnalités a en outre été désignée le 14 novembre 2000 pour siéger, pour une durée de cinq ans, au sein du conseil d'administration d'une des sociétés France 2,

France 3 et La Cinquième. Ainsi, M. Dominique Wolton a été nommé administrateur de la société nationale de programme France 2, M. Costa-Gavras a été nommé administrateur de la société nationale de programme France 3 et M. Rony Brauman a été nommé administrateur de la société nationale de programme La Cinquième.

III - Les avis et propositions

Parmi les compétences du CSA figure celle d'émettre des avis à la demande du Gouvernement. Ces avis sont motivés et publiés au Journal officiel.
Le CSA peut également être saisi pour avis par le Conseil de la Concurrence ; ces avis ne sont pas rendus publics.
Par ailleurs, il peut faire part au Gouvernement de ses positions sous différentes formes (contributions publiques, courriers, etc.).

Avis n° 2000-1 du 16 mai 2000 sur le projet de décret portant approbation de modifications des cahiers des missions et des charges des sociétés nationales de programme France 2 et France 3

Le Conseil a été saisi pour avis d'un projet de décret modifiant les cahiers des missions et des charges des sociétés France 2 et France 3, en vue de les inciter à prendre en compte dans leur programmation la réalité pluriethnique et pluriculturelle de la société française contemporaine.

Tout en approuvant la finalité d'un texte qui répondait aux vœux qu'il avait exprimés le 15 décembre 1999 dans son précédent avis sur ces cahiers des charges, le Conseil a indiqué qu'afin de donner toute son efficacité aux dispositions envisagées, il a estimé qu'il fallait prévoir la « représentation à l'antenne » des différentes composantes de la communauté nationale.

Il a précisé qu'il serait opportun d'étendre cette mesure, moyennant peut-être quelques aménagements, aux autres services de télévision publics que sont La Cinquième et RFO.

Avis n° 2000-2 du 26 juillet 2000 sur le projet de décret portant modifications du cahier des missions et des charges de la société nationale de programme Radio France

Le Conseil a été saisi pour avis d'un projet de décret portant modifications de l'article 25 du cahier des missions et des charges de la société Radio France. Les modifications soumises au CSA visaient à prendre en compte les évolutions induites par le « Plan Bleu ».

Dans son avis rendu le 26 juillet, tout en approuvant l'économie générale du texte dans la mesure où il veille à une stricte adéquation entre les programmes proposés au public et ceux que la société doit concevoir et faire diffuser au sens de l'article 25 du cahier des missions et des charges, le Conseil a regretté que le projet de modification ne détermine pas précisément le périmètre des programmes susceptibles d'être développés.

Il a estimé qu'il serait nécessaire, d'une part, de préciser au premier alinéa de l'article 25 que la société doit concevoir et faire diffuser cinq programmes nationaux et, d'autre part, de définir strictement et limitativement l'alinéa visant des programmes tels que *Hector* ou *Urgences*.

Avis conforme n° 2000-3 du 19 décembre 2000 relatif au projet d'arrêté modifiant l'arrêté du 27 mars 1993 fixant les spécifications techniques d'ensemble applicables aux réseaux distribuant par câble des services de radiodiffusion sonore et de télévision

En vue de la transposition en droit français de la directive 95/47/CE du 24 octobre 1995 du Parlement européen et du Conseil, relative à l'utilisation de normes pour la transmission de signaux de télévision, le Conseil a été saisi pour avis conforme, par la ministre de la culture et de la communication et par le secrétaire d'État à l'industrie, en application de l'article 34 de la loi du 30 septembre 1986 modifiée, sur le projet d'arrêté portant modification de l'arrêté du 27 mars 1993 fixant les spécifications techniques d'ensemble applicables aux réseaux distribuant par câble des services de radiodiffusion sonore et de télévision.

Après que les deux ministres lui ont présenté, le 3 octobre 2000, un nouveau projet d'arrêté tenant compte de certaines des observations qu'il avait formulées sur le projet initial, notamment la nécessité d'établir une liste d'organismes habilités par les ministres à contrôler la conformité des réseaux câblés aux spécifications techniques et la prise en compte, dans le texte des annexes, de la diffusion de signaux numériques dans la bande intermédiaire satellite (bande BIS), le Conseil a adopté un avis conforme sur ce nouveau projet.

Avis n° 2001-1 du 16 janvier 2001 sur le projet de décret relatif au régime applicable aux différentes catégories de services de radiodiffusion sonore et de télévision distribués par câble et diffusés par satellite et modifiant le décret n° 92-882 du 1^{er} septembre 1992

Tandis que, le 14 décembre, le Conseil appelait l'attention de la ministre de la culture et de la communication sur la nécessité d'adopter rapidement le décret d'application de l'article 33 de la loi du 30 septembre 1986 modifiée le 1^{er} août 2000 en vue notamment d'étendre son champ d'application aux services distribués par satellite, il était dans le même temps saisi pour avis d'un projet de décret relatif au régime applicable aux différentes catégories de services de radiodiffusion sonore et de télévision par câble et distribués par satellite. Il a approuvé l'économie générale de ce texte qui vise la transposition intégrale en droit français de la directive communautaire « Télévision sans frontières ».

Sur certains points particuliers, le Conseil a formulé les observations suivantes :

Afin de faciliter la mise en œuvre du décret par les acteurs concernés, il a estimé opportun que son champ d'application distingue selon la nature radiophonique ou télévisuelle du service édité. Après avoir souligné que les conditions d'applicabilité du régime du conventionnement ou du régime déclaratif aux éditeurs de services de télévision doivent comprendre tous les critères prévus par la directive « Télévision sans frontières », il a considéré que le décret devrait expressément prévoir son application aux éditeurs de services de radiodiffusion sonore établis en France au sens des articles 43 et suivants du traité instituant la Communauté européenne.

En ce qui concerne le régime relatif au téléachat, il a notamment souhaité que son champ soit limité aux émissions spécifiques qui lui sont exclusivement consacrées et que sa mise en œuvre exclue la possibilité pour un service qui n'est pas reçu dans un autre État de diffuser plus de trois heures et plus de huit émissions de téléachat s'il ne réserve pas au moins 50% de sa programmation à cette catégorie de programmes.

S'agissant du régime des services d'autopromotion, il s'est prononcé en faveur de son application aux services de télévision dédiés à une personne morale, qui ont pour seule vocation de promouvoir les produits, services et activités de celle-ci. Par ailleurs, le Conseil a notamment relevé qu'en application du régime des services d'autopromotion prévu par la directive « Télévision sans frontières », ces services ne devraient pas diffuser d'œuvres audiovisuelles ou cinématographiques, ni de journaux télévisés ou d'émissions d'information politique et générale.

Sur le régime de la déclaration préalable applicable aux éditeurs de services de télévision relevant de la compétence d'un autre État membre de la Communauté européenne ou signataire de l'accord sur l'Espace économique européen, le Conseil s'est félicité de la faculté qui lui est offerte de préciser les éléments de la déclaration et a proposé que le délai qui lui est imparti pour délivrer récépissé soit allongé à deux mois. Aussi, pour garantir l'objectif d'information du Conseil, ce dernier s'est-il déclaré favorable à la précision par le décret des éléments minimum, telles la licence ou l'autorisation, devant figurer dans la déclaration et permettant d'établir le rattachement d'un éditeur de service de télévision à la compétence d'un autre État membre de la Communauté européenne ou signataire de l'accord sur l'Espace économique européen.

(
Observations au Conseil de la concurrence relatives au recours de la société TPS

La société TPS a saisi le Conseil de la concurrence des pratiques tarifaires et de couplages sur le marché de la télévision payante mises en œuvre par le groupe Canal+. Par délibération de son assemblée plénière du 1^{er} février, le CSA a fait part de ses observations au Conseil de la concurrence, qui les avait sollicitées.

Observations au Conseil de la concurrence relatives au 3^e recours de la société Planète Câble

Dans le cadre du recours que la société Planète Câble a intenté à l'encontre de France Télécom Câble et de ses filiales pour abus de position dominante et abus de dépendance économique, Planète Câble a, à nouveau, dans l'attente du jugement au fond, saisi le Conseil de la concurrence d'une demande de mesures conservatoires. Saisi à son tour par le Conseil de la concurrence, le CSA a formulé ses observations par délibération du 21 mars. Il s'agit du troisième avis sur des demandes de même nature de la société, le Conseil s'étant déjà prononcé les 12 janvier et 15 juin 1999 après avoir été sollicité par le Conseil de la concurrence.

Lettres à la ministre de la culture et de la communication relatives à la loi du 1^{er} août 2000

La promulgation de la loi du 1^{er} août 2000 modifiant la loi du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication a amené le Conseil à saisir la ministre de la culture et de la communication, par deux courriers des 16 et 23 octobre 2000, afin de solliciter des éclaircissements de sa part ou d'appeler son attention sur certaines difficultés.

Le premier de ces courriers appelait notamment l'attention de la ministre sur les difficultés que suscite la nouvelle rédaction de la loi pour ce qui concerne le pluralisme, le régime d'autorisation des câblo-opérateurs, les sanctions administratives à l'égard des chaînes du câble et du satellite et la suppression du régime déclaratif pour les services de communication audiovisuelle autres que de radio ou de télévision.

Le deuxième courrier traitait spécifiquement des questions liées au cadre juridique de la télévision numérique de terre. Étaient notamment évoquées les difficultés liées au calendrier de déploiement de la télévision numérique de terre, le lancement d'appels aux candidatures étant subordonné à la définition préalable du périmètre du secteur public prioritaire ainsi qu'à la publication de différents textes réglementaires.

Le Conseil évoquait également l'inadaptation aux chaînes numériques de la règle qui limite à 49% la part qu'une même personne peut détenir au capital d'une télévision nationale hertzienne.

Il relevait enfin que le cadre juridique des chaînes « multiplexées », de type Canal+ Bleu/Jaune/Vert, était inadapté, de même que celui des services autres que télévisuels, tandis que la question du guide électronique de programmes n'était pas traitée.

Lettre au Premier ministre portant sur l'élaboration d'un cadre réglementaire communautaire pour les réseaux et les services de communications électroniques

A la suite de la présentation par la Commission européenne d'une série de propositions visant à créer un nouveau cadre pour la réglementation des réseaux et des services de communications électroniques, le Conseil a attiré l'attention du Premier ministre, par courrier du 20 décembre, sur les intérêts propres à la communication audiovisuelle mis en jeu par ces textes, notamment la directive relative à un cadre réglementaire commun pour les réseaux et les services de communications électroniques.

En particulier, le Conseil a relevé que la distinction entre la réglementation des contenants et la réglementation des contenus dans laquelle s'inscrit la proposition de directive était contraire au principe essentiel du droit de l'audiovisuel français selon lequel le traitement juridique des services de communication audiovisuelle et celui des moyens de communication qu'ils empruntent sont indissociables, dès lors que les spécificités propres à ces derniers sont restrictives du pluralisme.

Pour illustrer ce principe, il a rappelé que c'est la rareté de la ressource hertzienne en mode analogique et numérique qui justifie que son utilisation pour la diffusion de services de radiodiffusion sonore et de télévision soit soumise par la loi du 30 septembre 1986 modifiée à autorisation préalable après appel aux candidatures, au regard notamment du contenu éditorial du service et du pluralisme.

Par ailleurs, il a souligné le caractère impraticable de la procédure de consultation communautaire prévue par la proposition de directive et a déploré l'absence de faculté donnée aux États membres de réserver un droit d'usage prioritaire de la ressource radioélectrique au bénéfice des organismes du secteur public audiovisuel.

**Réponse du CSA au document d'orientation du Gouvernement :
« Une société de l'information pour tous »**

Comme il l'avait déjà indiqué dans son rapport d'activité pour l'année 1999, le Conseil a engagé une large réflexion sur la régulation des services audiovisuels diffusés sur Internet. En réponse à la consultation publique lancée par le Gouvernement sur l'adaptation du cadre législatif de la société de l'information, il a adopté, au cours de sa séance plénière du 25 janvier, le texte de la contribution qu'il entendait verser au débat en cours sur cette question (cf. Rapport d'activité pour 1999, p. 177).

Tout au long de l'année, le groupe « Nouvelles technologies, nouveaux services », a poursuivi ses travaux dans la perspective de la loi sur la société de l'information annoncée par le Gouvernement. Il a ainsi procédé à plusieurs auditions : professionnels du réseau, juristes, experts... Parallèlement à la réflexion juridique et à la veille technologique qu'il a menées, le groupe a consacré une partie de ses études aux questions économiques et sociologiques afin de cerner le profil des internautes et des opérateurs. Il a ainsi approfondi la question de la mesure d'audience des sites Web et a commencé l'examen d'une série de monographies sur les « stratégies Internet » des groupes de communication français.

IV - La gestion des fréquences

Les responsabilités du Conseil supérieur de l'audiovisuel dans la gestion du spectre hertzien sont moins connues que d'autres mais tout aussi importantes. La planification de la bande MF, comme l'attribution de canaux de diffusion aux télévisions, reposent exclusivement sur le Conseil qui a, en outre, entrepris la planification des fréquences pour la diffusion numérique de terre.

Pour l'ensemble des fréquences dont il assure la gestion, le CSA participe aux procédures de coordinations internationales, en liaison avec les autres administrations concernées.

De plus, il revient au CSA d'apporter des solutions aux problèmes de réception que rencontrent les usagers sur leurs postes de télévision ou de radio. Il est ainsi saisi, chaque année, de plusieurs centaines de réclamations émanant de téléspectateurs et d'auditeurs.

1 - Les négociations internationales

La conférence mondiale des radiocommunications (CMR 2000)

L'Union internationale des télécommunications organise tous les trois ans une conférence mondiale en vue de modifier et d'adapter le Règlement des radiocommunications, document qui a valeur de traité international, et d'attribuer aux différents services de radiocommunications les bandes de fréquences qui sont nécessaires à leur développement.

La CMR 2000 a eu lieu à Istanbul du 8 mai au 2 juin. Quelques-uns des points à l'ordre du jour de cette conférence concernaient le CSA.

Cette conférence devait en particulier désigner des bandes de fréquences pour l'IMT 2000, système mobile de troisième génération appelé aussi UMTS en Europe, et il était à craindre qu'elle ne décide d'empiéter à terme sur une partie des ressources spectrales utilisées par la télévision autour de 800 MHz. Cependant, il n'y en a rien été.

La conférence a également procédé à une re planification du service de radiodiffusion par satellite (SRS) en " bande Ku ". Pour l'Europe, il s'agit précisément de la bande 11,7-12,5 GHz qui, en France, est affectée au CSA par le tableau national de répartition des bandes de fréquences. Le plan précédent, qui avait attribué 5 canaux à chaque pays, datait de 1977 et n'avait été modifié que de façon limitée par la CMR de 1997. Cette re planification constituait un objectif prioritaire pour les pays en développement qui demandaient un doublement du nombre de canaux par pays. Les pays de la CEPT, bien que traditionnellement hostiles à un surcroît de planification, se sont pliés à cette exigence. La CMR 2000 a donc porté les assignations du plan à 10 canaux par pays pour l'Europe et l'Afrique, et à 12 canaux pour l'Asie, tout en préservant les intérêts des réseaux commerciaux des pays industrialisés déjà en cours de réalisation. Le continent américain n'était pas concerné par cette re planification.

Avant la CMR 2000, la bande 40,5-42,5 GHz était attribuée au service fixe, au service de radiodiffusion et au service de radiodiffusion par satellite. La conférence y a ajouté le service

fixe par satellite. L'ANFR était favorable à cet ajout, alors que le CSA préférait le *statu quo* (cf. Rapport d'activité pour 1999). En France, cette bande est partagée à égalité de droits entre le CSA et l'ART pour les services de terre de type MWS (*Multimedia Wireless Systems*).

La conférence européenne des administrations des postes et télécommunications (CEPT)

La CEPT regroupe les administrations des postes et télécommunications de 43 pays du continent européen. L'agence nationale des fréquences coordonne la représentation de la France aux différentes commissions et groupes de travail de cette entité. Les positions françaises sur les sujets qui y sont traités sont définies au sein des commissions de l'agence, auxquelles participent les services du Conseil.

LE PARTAGE ENTRE T-DAB² ET S-DAB³ DANS LA BANDE DES 1,5 GHz (BANDE L)

L'extension en bande L de la ressource actuelle de 9 blocs affectée au T-DAB en Europe et planifiée en 1995 par la conférence de Wiesbaden est débattue à la commission ERC (*European Radiocommunications Committee*) de la CEPT depuis la fin de 1997. En effet, en utilisant une planification homogène, les 9 blocs déjà disponibles ne permettent de disposer que de 2 blocs (soit environ 12 programmes à la norme Eurêka 147) en tout lieu, alors que l'extension envisagée en permettrait un troisième, soit environ 18 programmes. Cependant, cette dernière ne peut se faire qu'aux dépens du S-DAB, auquel est affectée la totalité des 24,5 MHz de la bande L de radiodiffusion qui n'avaient pas été planifiés à Wiesbaden. Pourtant décidée dès septembre 1998 au niveau du groupe de travail *FM (Frequency Management)*, qui rapporte à l'ERC, cette extension a été pour cette raison plusieurs fois remise en cause. L'ERC, réunie à Nicosie en mars 2000, a néanmoins confirmé cette décision à l'issue d'un vote et a demandé au groupe *FM* d'entreprendre la préparation de la conférence qui devra planifier la ressource additionnelle. La réunion de l'ERC, en octobre 2000 à Lisbonne, a confirmé à nouveau cette décision. La conférence de planification est prévue en juin 2002 aux Pays-Bas.

2 - Les relations avec l'Agence nationale des fréquences

LE CONSEIL D'ADMINISTRATION

Par décision du 21 novembre, le Conseil a désigné M. Jean-François Tournu, directeur technique, pour le représenter au conseil d'administration de l'agence nationale des fréquences (ANFR) en remplacement de Mme de Guillenchmidt, membre du Conseil, qui a estimé ce mode de représentation plus approprié.

² T-DAB : Terrestrial Digital Audio Broadcasting (Radiodiffusion sonore numérique terrestre).

³ S-DAB : Satellite Digital Audio Broadcasting (Radiodiffusion sonore numérique par satellite).

LES COMMISSIONS

Les quatre principales commissions consultatives de l'ANFR sont les suivantes :

- la commission de planification des fréquences (CPF), dont la principale tâche est l'élaboration et le suivi du tableau national de répartition des bandes de fréquences ;
- la commission des conférences de radiocommunications (CCR) chargée de contribuer à la préparation de la position française dans les négociations internationales dans le domaine des fréquences radioélectriques ;
- la commission de synthèse et de prospective en radiocommunications, chargée de contribuer aux analyses prospectives des fréquences radioélectriques en vue de leur utilisation optimale par les utilisateurs publics ou privés ;
- la commission des sites et servitudes (CSIS) qui instruit notamment les dossiers d'implantation, de transfert ou de modification de stations radioélectriques soumis à l'avis ou à l'accord de l'agence.

Les services du CSA ont participé activement aux travaux de ces commissions et des diverses commissions spécialisées qui leur sont rattachées.

3 - Les relations avec l'Autorité de régulation des télécommunications

Le 19 décembre, le Conseil a approuvé les deux projets de l'autorité de régulation des télécommunications (ART) visant à attribuer des fréquences sur le plan national et à en fixer les conditions d'utilisation pour des systèmes de radiocommunication unilatérale sur site à faible portée. La bande de fréquences demandée pour ce service était la bande 26 à 26,1 MHz qui est une partie de la bande 25,670 à 26,1 MHz attribuée à titre exclusif au CSA par le tableau national de répartition des bandes de fréquences. L'utilisation de la partie supérieure de cette bande constituait donc une dérogation.

Les systèmes visés sont constitués d'appareils radioélectriques à faible puissance, permettant la transmission, sur une zone restreinte, de la parole entre des relais radioélectriques et des récepteurs individuels de type oreillette. Ces systèmes concernent par exemple des applications permettant à un arbitre, lors d'un événement sportif, d'informer de ses décisions les opérateurs présents dans le stade et munis d'une oreillette.

Le cadre juridique proposé par l'ART est l'article L.33-3 (5°) du Code des postes et télécommunications (liberté d'établissement pour les installations radioélectriques n'utilisant pas de fréquences spécifiquement assignées à leur utilisateur).

Les conditions d'attribution de ces fréquences prévues dans les projets de décision proposés par l'ART permettent de garantir l'absence de brouillage des services de radiodiffusion :

- d'une part, par la faible puissance prévue pour ces systèmes (inférieure ou égale à 50 Mw) ;
- d'autre part, par l'obligation faite aux utilisateurs de ces systèmes de s'assurer de la disponibilité des fréquences de manière à ne pas gêner la réception d'émissions de radiodiffusion.

Par ailleurs, les projets de décisions de l'ART contiennent des dispositions visant à s'assurer que les signaux transmis ne seront reçus que sur des récepteurs spécifiquement dédiés à cet usage, et pas par des récepteurs radio standard.

Le Conseil a donc donné un avis favorable à ces projets, tout en se gardant la possibilité de revenir sur son accord si les conditions d'attribution de la bande concernée par le service de radiodiffusion évolue, ou si la mise en œuvre de la procédure prévue fait apparaître des difficultés.

4 - La planification des fréquences

Radio

La recherche de fréquences pour des émetteurs de radiodiffusion sonore à modulation de fréquence a porté sur les plans de fréquences suivants :

- 1 plan pour le CTR de Basse-Terre (8 zones, 20 fréquences) ;
- 1 plan pour le CTR de Clermont-Ferrand (36 zones, 64 fréquences) ;
- 1 plan pour le CTR de Paris (4 zones, 12 fréquences) ;
- 1 plan pour le CTR de Rennes (56 zones, 72 fréquences).

Ces plans ont eu notamment pour conséquence le réaménagement de 20 fréquences.

- 386 études ont été effectuées pour l'instruction de demandes d'autorisation pour des radios temporaires (cf. annexe 3).
- Pour répondre aux souhaits de certaines radios autorisées (radios privées mais aussi Radio France) qui souhaitaient modifier leurs caractéristiques d'émission, 243 études ont été entreprises.
- 1 fréquence supplémentaire a été autorisée en Guadeloupe pour RFO.
- 12 fréquences non mises en service et restituées par Radio France ont été abrogées.
- A la demande de Radio France, 35 autorisations ont été modifiées pour des changements de programmes (25 pour France Bleu, 8 pour Le Mouv' et 2 pour France Inter).

Télévision

TÉLÉVISION ANALOGIQUE

167 nouvelles fréquences ont été attribuées aux différentes chaînes, ainsi réparties :

M6 : 1 fréquence et 1 modification d'autorisation pour résorption de zone d'ombre, pour une population desservie supplémentaire de 397 000 personnes ;

Arte/La Cinquième : 105 fréquences, pour une population desservie de 246 666 personnes ;

RFO : 1 fréquence à la Martinique, pour une population desservie de 1000 personnes ;

TV locales permanentes : 37 fréquences en métropole (dont 35 fréquences en Savoie) et 4 dans les Dom-Tom ;

TV locales temporaires : 18 fréquences en France métropolitaine et 1 fréquence dans les Dom-Tom.

TÉLÉVISION NUMÉRIQUE TERRESTRE (TNT)

Le Conseil a mis en place les structures nécessaires à la réalisation des actions de planification de la télévision numérique terrestre.

Il a renforcé l'équipe de planification par le recrutement et la formation de 5 personnes. Cette formation a été assurée par la direction technique du Conseil.

Il a lancé un appel d'offres et signé un marché pour la réalisation des mesures de champ sur le terrain qui viendra en appui des analyses théoriques.

Par ailleurs, le Conseil a poursuivi les actions de coordination internationale des fréquences. Fin décembre 2000, il avait lancé 824 consultations vers les administrations étrangères concernant 278 canaux numériques français. A la même date, il avait fait l'objet de 1309 consultations.

Concernant les expérimentations de diffusion numérique en France, le CSA a délivré les autorisations et les prolongations d'autorisation suivantes :

Autorisation à la société TDF de diffuser un troisième multiplex sur la plate-forme expérimentale de Bretagne, comportant 3 stations, de janvier à juin.

Reconduction de l'autorisation donnée à la société TDF de diffuser 3 multiplex sur la plate-forme de Bretagne, de juin à décembre, suivie par une nouvelle reconduction pour la période de janvier à juin 2001.

Autorisation à la société TDF pour une émission à Fougères en réémission isofréquence de Rennes Saint Pern, de juillet à décembre.

Autorisation à la société TDF pour une expérimentation de réémetteurs en cascade dans l'Ariège, de mai à septembre.

Autorisation à la société TDF pour une démonstration lors de la manifestation de Brest 2000, en juillet.

Autorisation à la société TDF pour une expérimentation d'émission isofréquence entre deux émetteurs principaux (Rennes Saint Pern et Vannes Moustoir'ac).

Autorisation à la société TDF pour une démonstration de TNT vers les mobiles, à Nice, en novembre.

Autorisation à TDF de diffusion expérimentale pour le compte de France Télévision à Paris, de mai à novembre, suivie par une reconduction pour la période de décembre à juin 2001.

Autorisation à la société M6 Développement (filiale de M6) de diffusion expérimentale à Neuilly, de juillet 2000 à janvier 2001, suivie par une reconduction pour la période de janvier à juin 2001.

Autorisation à la société SENT (filiale de TPS) de diffusion expérimentale à Issy-les-Moulineaux, de janvier à juillet, suivie par une reconduction pour la période de septembre à mars 2001.

Autorisation à la société Compagnie du numérique hertzien (filiale de Canal+) de diffusion expérimentale à Sannois, de mai à novembre, suivie par une reconduction pour la période de novembre à avril 2001.

Autorisation à la société Compagnie du numérique hertzien (filiale de Canal+) de diffusion expérimentale à Paris, d'octobre à avril 2001.

Autorisation à la société Towercast de diffusion expérimentale à Paris, sur trois sites en réseau monofréquence, de janvier à juin 2001.

La plupart des expérimentations ont apporté des renseignements pertinents nécessaires à la planification, notamment en ce qui concerne la portabilité.

Par ailleurs, le Conseil a mis en place une commission technique d'experts pour préparer la mise en place de la télévision numérique terrestre. Animée par la direction technique, elle a pour objet d'approfondir les trois sujets suivants :

- le moyen d'accroître la portabilité (c'est-à-dire la possibilité de recevoir parfaitement les programmes sur son téléviseur à partir d'une antenne intérieure, directement posée sur le téléviseur ou même intégrée à celui-ci) ;

- les caractéristiques techniques des signaux diffusés et leurs conséquences sur le nombre de programmes possibles sur les multiplex (l'objectif visé est de six programmes de télévision par multiplex) ;

- les conditions techniques pour assurer l'interopérabilité des systèmes de réception (article 25 de la loi du 30 septembre 1986 modifiée par la loi du 1^{er} août 2000).

Une soixantaine d'experts représentant les différents acteurs, opérateurs techniques, industriels, éditeurs et distributeurs de services, ministères compétents participent à ces travaux.

La commission a tenu sa première réunion le 16 octobre.

SYSTÈME PDC

A la demande de la ministre de la culture et de la communication qui envisageait de généraliser l'usage du système PDC (*Programme Delivery Control*), aujourd'hui seulement utilisé par la Cinquième et Arte, le Conseil a consulté l'ensemble des radiodiffuseurs sur ce sujet. Les résultats de l'enquête, que le Conseil a adressés à la ministre en mai, sont majoritairement défavorables à la généralisation de ce système ou de procédés similaires qui permettent d'enregistrer un programme même en cas de non-respect des horaires.

Le PDC actuel, seulement utilisable en hertzien terrestre et en analogique, semble voué à une obsolescence rapide et sa généralisation serait, selon les diffuseurs, anachronique. De plus, son usage entraînerait, selon les chaînes, des disparités entre elles car les politiques d'insertion des ordres dans les programmes ne pourraient être harmonisées.

En outre, aux yeux de certains diffuseurs, de tels dispositifs, qui sont susceptibles de conduire le téléspectateur à effectuer sa propre programmation, apparaissent comme contraires à la finalité même des chaînes généralistes. Enfin, aux dires mêmes des responsables de La Cinquième et d'Arte, il semble que les téléspectateurs des deux chaînes utilisent peu le système. En revanche, certains opérateurs ne seraient pas opposés à la mise en place d'un procédé équivalent dans la perspective de la numérisation de la diffusion et de la réception hertziennes terrestres.

5 - La coordination des fréquences

Les fréquences de radiodiffusion mises en service ou modifiées en France doivent faire l'objet de coordinations préalables avec les administrations étrangères. De leur côté, celles-ci consultent l'administration française sur leurs projets.

En 2000, le nombre des consultations françaises auprès des administrations étrangères a été de :

- 24 en MF,
- 4 en DAB,
- 77 en télévision analogique,
- 250 en télévision numérique,
- 249 pour le DAB.

Les demandes venues de l'étranger se sont élevées à :

- 624 pour la MF,

- 74 pour la télévision analogique,
- 279 pour la télévision numérique,
- 249 pour le DAB.

Par ailleurs, 447 fréquences ont été enregistrées dans les fichiers du bureau de radiocommunications de l'UIT.

Conformément à l'article 14 de la loi du 26 juillet 1996 de réglementation des télécommunications, le Conseil ne peut autoriser l'implantation d'une station d'émission de radio ou de télévision qu'après avoir recueilli l'avis de l'Agence nationale des fréquences. 712 projets ont ainsi fait l'objet de demandes d'avis.

6 - La protection de la réception et le contrôle des émissions

L'article 22 de la loi du 30 septembre 1986 modifiée confie au Conseil la mission de contrôler l'utilisation des fréquences dont il assure la gestion et de prendre les mesures nécessaires pour assurer la bonne réception des signaux de radiodiffusion et de télévision.

La protection de la réception

En 2000, 11000 enquêtes ont été effectuées à la suite des réclamations des usagers, contre 11 800 en 1999. La réduction observée les années précédentes se poursuit. Elle est obtenue grâce à un effort visant à prendre seulement en considération les perturbations radioélectriques et non les installations défectueuses des particuliers qui ne sont pas du ressort du Conseil mais des installateurs.

La majorité des réclamations sont liées à une mauvaise réception des programmes de télévision.

RADIO

Radios en modulation d'amplitude (AM)

Les réclamations concernant la réception de stations de radiodiffusion sonore en modulation d'amplitude représentent environ le quart de l'ensemble des dossiers radios.

Les perturbations sont essentiellement provoquées par des installations électriques utilisées dans les milieux industriels (commandes à thyristors ou à diodes, lampes à fluorescence...), commerciaux ou artisanaux (enseignes lumineuses, tours, scieuses...) ou domestiques (clôtures électriques, variateurs de lumière, chaudières...).

Depuis plusieurs années, le Conseil attire l'attention des pouvoirs publics sur ces réclamations qui montrent qu'un nombre important d'auditeurs reçoivent dans de mauvaises conditions les radios en modulation d'amplitude (grandes ondes, ondes moyennes).

Les perturbations sont le plus souvent dues à des matériels d'importation dépourvus de dispositifs d'antiparasitage ou à des matériels français ou européens ne respectant plus que partiellement les normes d'antiparasitage.

En effet, les industriels et les importateurs pensent, à tort, que le public n'écoute plus que les radios en modulation de fréquence. Or, celles-ci sont beaucoup moins sensibles aux perturbations que les radios émettant en modulation d'amplitude.

Si cette situation s'aggravait, la réception des radios publiques (France Inter, Radio Bleue, RFI) ou privées (RTL, Europe 1, RMC) deviendrait rapidement difficile, ces radios étant toujours très écoutées selon ce mode de réception, notamment en milieu rural.

Radios en modulation de fréquence (MF)

Les perturbations rencontrées en modulation de fréquence sont généralement produites par des brouillages provenant d'autres émetteurs MF ainsi que par des installations de réception ne respectant pas les normes en vigueur. Le volume des réclamations est environ trois fois celui rencontré en modulation d'amplitude.

TÉLÉVISION

La grande majorité des réclamations sont relatives à une mauvaise réception des programmes de télévision.

Pour celles-ci :

- 15 % concernent les ondes métriques (Canal+ uniquement) ;
- 85 % concernent les ondes décimétriques (TF1, France 2, France 3, Arte/La Cinquième et M6 principalement).

La plupart de ces réclamations sont dues à des brouillages par des émissions radioélectriques (CB, radiotéléphones, autres émetteurs de télévision français ou étrangers) ainsi qu'à des installations de réception défectueuses ou mal entretenues (antennes collectives).

En 2000, 30 % des réclamations sont dues à des installations défectueuses.

CB

Les réclamations concernant la CB ont régressé en 2000. Elles avaient fait un bond spectaculaire voici cinq ans, en particulier après la mise en place du « permis à points » qui avait incité de nombreux automobilistes à s'équiper en CB (plus d'un million de postes émetteur-récepteur CB avaient été vendus à l'époque).

La procédure mise en place par le ministère des postes et télécommunications en mars 1994 en matière de contrôle et de traitement des brouillages relatifs aux postes CB est toujours en vigueur. Elle demande aux usagers de la radio et de la télévision dont les récepteurs sont perturbés de s'adresser à leur antenniste afin de s'assurer que leurs installations sont conformes aux normes en vigueur.

Si après vérification par un professionnel, les gênes subies se poursuivent, il appartient aux usagers de déposer une plainte. Ces derniers peuvent cependant solliciter l'intervention des services du Conseil à la condition de faire parvenir un document établi par un professionnel, installateur d'antenne, attestant de la conformité de l'installation perturbée aux normes en vigueur.

Cette procédure a permis de diminuer le nombre des interventions des agents du Conseil. En effet, beaucoup d'installations de réception se sont révélées non conformes aux normes et sont, de ce fait, bien plus vulnérables aux perturbations radioélectriques engendrées par les cébistes.

IMMEUBLES BROUILLEURS

L'article L.112-12 du Code de la construction et de l'habitation prévoit les conditions dans lesquelles peut être assurée la résorption des zones d'ombre "artificielles", c'est-à-dire occasionnées par l'édification de constructions.

La mise en place des dispositifs techniques nécessaires est effectuée sous le contrôle du Conseil, lequel peut, en cas de carence du propriétaire ou du constructeur gêneur, mettre celui-ci en demeure de réaliser les installations. Si cette mise en demeure n'est pas suivie d'effet dans un délai de trois mois, le Conseil peut saisir le président du tribunal de grande instance compétent pour en obtenir l'exécution.

L'article L.112-12 est d'application très étendue :

- il concerne tout obstacle à la réception bâti des mains de l'homme (immeubles de grande hauteur, notamment) et ce, quelle que soit la date d'obtention du permis de construire ;
- il est d'ordre public ;
- il laisse le plus large choix quant aux modalités techniques de résorption de la zone d'ombre.

Dans les faits, lorsqu'une plainte arrive au Conseil, une enquête est demandée aux services régionaux de TDF. Ces services effectuent une expertise et proposent aux différentes parties une solution. Il est à noter que l'instruction du dossier par les services de TDF permet dans 95 % des cas de résoudre le problème à l'amiable.

Pour l'année 2000, le Conseil a effectué sept mises en demeure.

Le contrôle des émissions de radiodiffusion

Grâce aux techniciens régionaux, le Conseil peut contrôler avec une grande efficacité les conditions d'émission des radios privées et détecter rapidement celles qui ne sont pas autorisées.

Des procès-verbaux dressés par les agents assermentés du Conseil sur les conditions techniques d'exploitation des radios ont abouti à 38 mises en demeure et à 4 saisines du parquet, qui ont conduit à la saisie des matériels d'émission de 2 radios non autorisées.

L'augmentation du nombre de mises en demeure est due aux contrôles plus nombreux et plus stricts des CTR.

Pour les télévisions privées, le Conseil a procédé à une vingtaine de contrôles en raison du développement d'opérations médiatiques de « piratage » des ondes hertziennes, et à une saisine du parquet compétent.

V - Les services autorisés

Le CSA délivre des autorisations d'émettre aux radios MF et aux télévisions privées. Les services de radio et de télévision diffusés par satellite et/ou par câble entrent également dans son champ de compétences.

Depuis la loi du 1^{er} février 1994, les autorisations des radios privées peuvent être reconduites, hors appel aux candidatures, dans la limite de deux fois et chaque fois pour une durée de cinq ans. La loi du 1^{er} août 2000 a complété la liste des motifs qui permettent au Conseil de ne pas recourir à cette procédure simplifiée.

Il existe cinq catégories de radios MF privées : non commerciales (A) ; commerciales, locales ou régionales ne diffusant pas de programme national identifié (B) ; commerciales, locales ou régionales diffusant le programme d'un réseau thématique à vocation nationale (C) ; commerciales thématiques à vocation nationale (D) ; commerciales généralistes (E). La définition de ces catégories vise à garantir la diversité et l'équilibre du paysage radiophonique dans chaque région.

Des radios temporaires sont également autorisées par le CSA, hors appel aux candidatures, pour une durée n'excédant pas 6 mois. Cette durée a été portée à 9 mois par la loi du 1^{er} août 2000.

Pour les télévisions privées nationales, régionales ou locales, diffusées par voie hertzienne terrestre, la procédure d'autorisation est identique à celle suivie pour les radios privées. Toutefois, la liste des fréquences disponibles est publiée en même temps que l'appel aux candidatures et l'audition publique des candidats est obligatoire. Les autorisations ont une durée maximale de dix ans. Comme pour les radios, elles peuvent être reconduites par le CSA, hors appel aux candidatures, dans la limite de deux fois et chaque fois pour une durée de cinq ans. Selon la loi du 1^{er} août 2000, une seule reconduction sera possible à compter de 2002. Leur délivrance est soumise à la passation d'une convention entre le CSA et l'opérateur. Les télévisions privées temporaires font l'objet d'une procédure souple d'autorisation hors appel aux candidatures.

Le CSA conclut également des conventions avec les chaînes françaises distribuées par câble. Depuis 1997, les chaînes européennes souhaitant être diffusées sur les réseaux câblés français sont soumises à un simple régime déclaratif.

1 - La télévision hertzienne terrestre

Les télévisions nationales

AUDIENCE

ÉVOLUTION DES PARTS D'AUDIENCE (en%)

	4 ans et plus			Ménagères de moins de 50 ans		
	1999	2000	Evolution	1999	2000	Evolution
TF1	35,1	33,4	- 1,7	37,4	35,9	- 1,5
M6	13,6	12,7	- 0,9	19	18,1	- 0,9
Canal+	4,5	4,1	- 0,4	5	4,5	- 0,5
Secteur privé	53,2	50,2	- 3	61,4	58,5	- 2,9
France 2	22,3	22,1	- 0,2	19,8	19,2	- 0,6
France 3	16,3	16,7	+ 0,4	12,2	12,7	+ 0,5
La Cinquième / Arte	3,6	3,5	- 0,1	2,9	2,8	- 0,1
Secteur public	42,2	42,3	+ 0,1	34,9	34,7	- 0,2
Autres chaînes	4,5	7,5	+ 3	3,6	6,9	+ 3,3

Source : Médiamétrie

MARCHÉ PUBLICITAIRE

Le marché publicitaire français est évalué, par France Pub, à 190,6 milliards de francs en 2000. Constitué par l'ensemble des dépenses de communication des annonceurs, il affiche une progression de 7,9% par rapport à 1999. Le marché publicitaire grands médias (presse, télévision, radio, cinéma, affichage) représente désormais 37,6% de cet ensemble avec 71,6 milliards de francs. Les investissements publicitaires dans les grands médias ont en effet connu une croissance plus rapide en 2000 (+ 9,7%) que dans le hors-média (+ 6,9%).

Les recettes publicitaires des grands médias, évaluées par l'IREP (Institut de recherches et d'études publicitaires), ont globalement progressé de 10,3%, pour s'établir à 66 milliards de francs. Cette croissance a été particulièrement soutenue en matière de télévision (+ 13,5%). Les recettes publicitaires des grandes chaînes nationales et des chaînes thématiques s'élèvent ainsi en 2000 à 20 milliards de francs.

Le principal constat qui se dégage des premières informations disponibles sur les résultats des chaînes en 2000 est la progression spectaculaire des ressources publicitaires des diffuseurs privés : + 16,2% pour TF1 et + 23,6% pour M6.

Cette progression résulte d'un double mouvement :

- la bonne tenue du marché publicitaire, qui a globalement progressé sous les effets conjugués de la reprise économique et de la vive augmentation des investissements publicitaires des entreprises liées aux télécommunications et à la « nouvelle économie » ;

- les transferts intervenus dans les dépenses des annonceurs à la suite de la réduction de la durée des espaces publicitaires de France 2 et de France 3 (la durée maximale pour une heure donnée ayant été réduite de 12 à 10 minutes), et leur conséquence : une augmentation du prix des écrans.

La progression observée apparaît d'autant plus remarquable que, dans le même temps, l'audience des deux chaînes privées a enregistré un recul : la part d'audience de TF1 est passée de 35,1% en 1999 à 33,4% en 2000 ; celle de M6 est passée de 13,6% à 12,7%.

Les « relevés SECODIP » sur la durée des écrans et les investissements bruts (c'est-à-dire la valeur des écrans estimée d'après les tarifs officiels, hors remises et abattements divers) confirment cette redistribution des espaces et des recettes publicitaires, soulignant les tensions qu'elle induit.

La durée globale de la publicité, toutes chaînes confondues, a diminué de 5% sur l'ensemble de la journée, et de 10% sur la tranche 19h/22h. L'évolution de la durée des écrans fait apparaître que l'importante diminution de l'offre publicitaire des chaînes publiques, notamment aux heures de grande écoute, n'est que partiellement compensée par l'augmentation de la durée des espaces publicitaires de TF1 et M6.

D'après SECODIP, l'investissement publicitaire brut ⁽⁴⁾ des annonceurs en télévision a atteint plus de 30 milliards de francs en 2000, soit une progression de 6% par rapport à l'année précédente. Les investissements bruts des annonceurs sur TF1 et M6 se sont accrus, mais cette augmentation a été plus faible que celle des recettes effectives. En d'autres termes, les abattements et autres remises accordées par les régies des chaînes aux annonceurs ont diminué. C'est la première fois depuis dix ans qu'une telle diminution intervient. Jusqu'ici, on assistait à l'évolution inverse, où l'offre d'espaces publicitaires des chaînes augmentait globalement plus vite que les dépenses des annonceurs.

Dans un tel contexte on peut s'attendre, de la part des annonceurs comme de la part des diffuseurs privés, à une pression accrue pour assouplir les règles auxquelles ils sont actuellement soumis, notamment dans la gestion des espaces publicitaires.

RÉPARTITION DU MARCHÉ PUBLICITAIRE EN 2000 (en%)

	Durée de la publicité		Investissements bruts	
	1999	2000	1999	2000
TF1	26,3	28,5	51,1	53,8
M6	24,7	27,0	19,1	21,4
Canal+	4,3	5,3	2,8	3,2
Secteur privé	55,3	60,8	73	78,4
France 2	22,7	18,8	16,3	12,7
France 3	16,4	14,0	10,2	8,3
La Cinquième	5,6	6,4	0,5	0,6
Secteur public	44,7	39,2	27	21,6

Source : SECODIP

(1) Calculs effectués sur la base de tarifs bruts, ce qui explique les écarts constatés entre le volume « théorique » d'investissements publicitaires des annonceurs de SECODIP et les dépenses réelles des annonceurs. Ainsi, en 1999, le total des investissements bruts mesurés par SECODIP s'établissait à plus de 28 milliards de francs, alors que le montant des recettes publicitaires effectivement perçu par les régies s'élevait à 17 milliards de francs.

SITUATIONS FINANCIÈRES

Le Conseil a examiné la situation financière des chaînes de télévision nationales au titre de l'exercice comptable 1999.

Au cours de l'année 1999, le volume d'activité des chaînes privées a globalement progressé.

Le chiffre d'affaires total de **TF1** s'établit à 8 436 MF, en augmentation de 10,7% par rapport à l'exercice précédent. Les recettes nettes de publicité et de parrainage, lesquelles représentent 98,1% de cet ensemble, atteignent 8 273 MF en 1999, soit une progression soutenue de 10,2%. Les autres recettes du chiffre d'affaires, qui correspondent à des ventes et prestations diverses, s'élèvent pour leur part à 163 MF en 1999. Après prise en compte des autres produits, en diminution, le total des produits d'exploitation, dont le montant ressort à 9 047 MF, enregistre une augmentation de 11,1% par rapport à 1998.

Pour sa part, **M6** a réalisé un chiffre d'affaires de 2 958 MF, en progression de 16,9% par rapport à l'année précédente. 97,6% de ce montant correspondent aux recettes brutes de publicité et de parrainage, lesquelles s'élèvent à 2 887 MF. Elles ont progressé de 17,7% au cours de l'exercice. Avec un montant de 2 794 MF, les recettes publicitaires ont crû de 18,1%. Quant aux recettes de parrainage, qui atteignent 93,5 MF, elles affichent une progression de 8,9%. Le total des produits d'exploitation atteint 3 290,7 MF, en augmentation de 14,8% par rapport à 1998.

Enfin, **Canal+** a réalisé un chiffre d'affaires de 10 581 MF, en progression de 7,5% par rapport à l'année précédente. Ce montant correspond principalement (85,2%) aux recettes d'abonnement qui, avec un montant de 9 019 MF, ont crû de 5%. Cette évolution s'explique par l'accroissement net du portefeuille des abonnés individuels (+3%) et par la revalorisation du tarif de l'abonnement porté de 179 à 184 francs au 1^{er} août 1999. Par ailleurs, avec un montant de 558 MF, les recettes de publicité et de parrainage enregistrent une augmentation de 11,6%, essentiellement liée aux ventes exceptionnelles d'espaces réalisées à l'occasion de la Coupe du monde de rugby et de la Champions' League. Les autres produits du chiffre d'affaires s'élèvent à 1 004 MF en 1999. Leur forte progression (+31,8%) s'explique essentiellement par la vente de programmes sportifs et par les refacturations de charges aux filiales. Le total des produits d'exploitation, incluant d'autres produits, atteint ainsi 10 810 MF, soit une augmentation de 7,1% par rapport à 1998.

Le secteur public a bénéficié d'une nette amélioration des ressources publiques attribuées à chacune des chaînes.

Le chiffre d'affaires de **France 2**, qui s'établit à 5 707 MF, s'accroît de 6,6% en 1999. Contrairement à l'exercice précédent, les ressources issues de la redevance d'exploitation enregistrent une nette augmentation (+13,5%), pour s'établir à 2 639 MF. Cette progression permet de compenser la stagnation des recettes brutes de publicité et de parrainage, qui s'élèvent à 2 824 MF (+0,1%) et repassent ainsi au-dessous de la barre symbolique des 50% du chiffre d'affaires.

En 1999, **France 3** a réalisé un chiffre d'affaires de 5 930 MF, en augmentation de 4,6%. Alors que la redevance versée en exploitation, sa principale source de financement, s'est accrue en 1999 (+2,9%), les recettes nettes de publicité et de parrainage ont quant à elles diminué (-4,1%), pour s'établir à 1 785 MF, soit 30% des ressources de la chaîne. Les autres produits pris en compte dans le calcul du chiffre d'affaires ont en revanche augmenté de 5,5%.

Avec un montant de 772 MF, le chiffre d'affaires de **La Cinquième** progresse de 10,3%. La redevance versée en exploitation, qui représente 92,6% du chiffre d'affaires, s'est accrue de 9,8%. Les recettes brutes de publicité et de parrainage se sont, par ailleurs, établies à 46 MF, soit une augmentation de 24,8%.

RECONDUCTION D'AUTORISATION

Canal+

Le 29 mai, le Conseil a signé avec Canal+ une convention qui est entrée en vigueur le 6 décembre, date à partir de laquelle l'autorisation de la chaîne cryptée a été renouvelée pour cinq ans.

Le 23 novembre 1999, il avait en effet estimé que la société était susceptible, en application de la loi du 30 septembre 1986 modifiée, de voir son autorisation reconduite hors appel aux candidatures. Aucun des critères, déterminés par la loi, pouvant empêcher une telle reconduction, n'était en effet rempli.

La loi imposant, pour une telle reconduction, la signature d'une nouvelle convention, une première réunion avec les responsables de Canal+ a permis en mars de fixer les points sur lesquels devrait porter la renégociation de la convention actuelle. Chacun de ces points a ensuite fait l'objet, au cours de plusieurs rencontres, d'une étude approfondie entre le Conseil et la société Canal+.

Par ailleurs, le Conseil a procédé à l'audition des acteurs concernés par les obligations figurant dans la convention de Canal+ : Centre national de la cinématographie, Service juridique et technique de l'information et de la communication, Union des syndicats de producteurs audiovisuels, Syndicat des producteurs indépendants, Bureaux de liaison respectivement des industries et des organisations du cinéma, Syndicat des auteurs, réalisateurs et producteurs, Comité national olympique et sportif français.

Les principaux engagements contenus dans cette convention sont les suivants :

Les dispositions générales consacrées aux caractéristiques du programme restent globalement inchangées.

Canal+ reste un service audiovisuel crypté payant diffusé en hertzien, qui accorde une prédominance au cinéma ainsi qu'une large place au sport dans sa programmation et qui a le droit de diffuser une part réduite de ses émissions en clair. Les règles définissant la publicité et le parrainage ainsi que leur place dans l'économie générale de l'antenne restent identiques.

Les obligations financières de la chaîne, en matière de production audiovisuelle, resteront calculées de la même manière. Des clauses identiques à celles de TF1 et de M6 concernant la fluidité des droits et les relations diffuseurs/producteurs ont été introduites (articles 25 à 28).

Concernant la production cinématographique, qui est au cœur de la mission, des obligations et de la programmation de Canal+, il n'y avait guère matière à négociation, puisque l'essentiel est fixé par décret et que le reste résulte largement d'accords professionnels. C'est le sens d'une modification ponctuelle comme l'autorisation pour Canal+ de diffuser des films les jours fériés en journée.

S'agissant des manifestations sportives, plusieurs dispositions sont à souligner : en premier lieu, la liste des manifestations pour lesquelles la chaîne s'interdit d'acquérir des droits de retransmission exclusifs reste la même. Cette disposition a joué un rôle d'exemple dans la jurisprudence européenne puisque c'est sur son modèle que désormais dans tous les pays de l'Union la liste des événements « d'importance majeure » est constituée, afin qu'ils ne puissent pas faire l'objet d'une diffusion exclusivement payante, dès lors qu'ils présentent un intérêt justifiant que la totalité du public y ait accès en clair. Cette question sera donc à l'avenir réglée par le décret prévu dans le cadre de la loi modificative du 1^{er} août 2000 qui transpose sur ce point la directive « Télévision sans frontières ». Le Conseil a souhaité renforcer cette disposition exceptionnelle par une clause par laquelle Canal+ s'engage à remettre les droits qu'elle a acquis sur le marché dès lors qu'elle renonce à la retransmission d'une manifestation.

Les dispositions qui encadrent la déontologie de l'information et des programmes et celles qui assurent la protection de l'enfance et de l'adolescence ont été modifiées et complétées.

DEONTOLOGIE DE L'INFORMATION ET DES PROGRAMMES

Reflète d'une programmation qui n'accordait pas la première place à l'information, l'ancienne convention de Canal+ était très peu développée sur ce point. Or, compte tenu de la part croissante à l'antenne de l'information, sous toutes ses formes, il est apparu important au Conseil que la chaîne prenne des engagements comparables à ceux de TF1 et de M6. Les articles 5 à 15 de la convention comportent ainsi un ensemble de clauses qui démarquent sans beaucoup s'en éloigner celles qui figurent dans les conventions de ces deux chaînes hertziennes nationales.

Il s'agit des dispositions visant à assurer « le pluralisme de l'expression des courants de pensée et d'opinion », le respect des règles entourant « la diffusion d'émissions, d'images, de propos ou de documents relatifs à des procédures judiciaires », ainsi que le respect des « droits de la personne relatifs à sa vie privée, son image, son honneur et sa réputation » et en particulier l'exclusion de tout témoignage « de mineurs placés dans des situations difficiles dans leur vie privée, à moins d'assurer une protection totale de leur identité »... S'y ajoutent également les principes qui assurent la crédibilité de l'information diffusée, qu'il s'agisse de la manière dont elle est recueillie, ou dont elle est présentée (origine des témoignages, rigueur dans la présentation et le traitement, exclusion de toute reconstitution non signalée, distinction claire entre information et divertissement).

Pour la première fois, une clause est introduite, à l'article 8, incitant la société à prendre en compte dans la représentation à l'antenne la diversité des origines et des cultures de la communauté nationale.

PROTECTION DE L'ENFANCE ET DE L'ADOLESCENCE

Étaient déjà en vigueur les règles imposant le respect par Canal+ d'une classification des œuvres cinématographiques et audiovisuelles selon cinq catégories, traduites dans l'utilisation d'une signalétique, chaque catégorie de programmes correspondant également à des contraintes de diffusion adaptées.

Toutefois, afin de rendre la convention conforme à la directive européenne qui allait être transposée par la loi du 1^{er} août 2000, la définition de la catégorie V a été revue, afin de permettre l'interdiction totale de diffusion d'œuvres attentatoires à la dignité de la personne humaine. C'est le sens de l'article 16 tel qu'il est désormais rédigé. En outre, les œuvres de catégorie V font l'objet d'un double embrouillage : ce système est proposé à tous les abonnés recevant Canal+ en numérique ; ceux qui souhaiteront en bénéficier devront utiliser un code spécifique pour accéder aux programmes de cette catégorie. Ainsi, environ 30% des

abonnés à la chaîne cryptée peuvent désormais disposer d'une protection renforcée pour leurs enfants face aux programmes de catégorie V diffusés sur la chaîne.

Pour ce qui concerne la diffusion des films interdits aux moins de 16 ans, classés en catégorie IV, elle ne peut plus intervenir avant 20h30.

En outre, dans un souci d'harmonisation avec les autres chaînes pour une meilleure protection du jeune public, le pictogramme de catégorie III est affiché en permanence, sauf pour les films diffusés en deuxième partie de soirée, afin de préserver quelques diffusions tardives pour le public des cinéphiles désireux d'enregistrer ces films.

Enfin, dernière disposition nouvelle, les clauses touchant à l'information du CSA, ainsi qu'au contrôle des obligations souscrites et des sanctions applicables aux manquements ont été complétées, afin de lui permettre une connaissance plus fine de la réalité des activités de la société et du groupe Canal+.

La convention conclue le 29 mai a fait l'objet d'un avenant le 27 novembre pour tenir compte des nouvelles dispositions législatives introduites par la loi du 1^{er} août 2000 (cf. *infra*) avant que, le 30 novembre, le Conseil renouvelle l'autorisation de la société.

AVENANTS AUX CONVENTIONS DES CHAÎNES PRIVÉES

Canal+

La convention conclue le 29 mai entre le CSA et la société Canal+ a fait l'objet de deux avenants :

Le premier avenant, signé par les deux parties le 27 novembre, porte sur les points suivants. Il s'agissait de mettre en parfaite conformité la convention avec la loi du 1^{er} août 2000 en prenant en compte les dispositions relatives à la protection de l'enfance (qui étendent le système de la signalétique aux programmes autres que les œuvres), à l'accès des sourds et malentendants aux programmes et à la chronologie des médias. Par ailleurs, il s'agissait d'étendre le périmètre de la convention précitée aux chaînes numériques Canal+ Bleu, Canal+ Jaune, et Canal+ Vert, une nouvelle disposition législative prévoyant que le service ainsi constitué relève d'une même convention (cf. annexe 5).

Le deuxième avenant, signé par les deux parties le 22 décembre, a été élaboré en raison et à l'issue de l'opération de fusion entre Canal+, Vivendi et Seagram, devenue effective le 8 décembre.

Cet avenant a pour objet :

- d'entériner le changement de nom de la société titulaire de l'autorisation, Canal+ devenant Canal+ SA ;
- de prendre en compte les changements d'actionnariat, essentiellement le montant du capital et le nom de l'actionnaire, qui était Vivendi et qui devient le groupe Canal+ ;
- d'intégrer la création de Canal+ Distribution, en précisant son rôle et en prévoyant l'agrément par le CSA de la convention liant Canal+ SA et Canal+ Distribution et de ses éventuelles modifications ;
- de faire référence à la charte conclue entre Vivendi Universal et Canal+ SA qui garantit l'indépendance éditoriale de la chaîne ;

- de préciser l'assiette des obligations de la chaîne en matière de production cinématographique et audiovisuelle ;
- d'inscrire dans la convention les engagements de minimum garanti souscrits par la société à l'égard des organisations professionnelles cinématographiques ;
- de prévoir l'information régulière du CSA sur l'actionnariat des sociétés Canal+ SA et Vivendi Universal ;
- de substituer les références à différents articles de la loi du 24 juillet 1966 par les articles du nouveau code de commerce qui les remplacent.

M6

Abrogation de l'avenant relatif au décrochage régulier de Clermont-Ferrand

Par décision en date du 12 janvier 1999, le Conseil avait approuvé l'avenant n°1 à la convention du 13 juin 1995 relative aux décrochages locaux autorisant la société Métropole Télévision à effectuer un nouveau décrochage régulier sur la zone de Clermont-Ferrand. Cette décision disposait, en son article 2, que M6 était tenue de mettre en service ce décrochage dans un délai de six mois à compter de sa publication au Journal officiel, soit avant le 9 août 1999. Or, par courrier daté du 19 avril 1999, M6 a informé le Conseil qu'elle n'était pas en mesure d'ouvrir le décrochage de Clermont-Ferrand dans le délai requis et a sollicité le report de la date limite. En effet, le groupe de presse La Montagne, avec qui la chaîne envisageait de conclure un partenariat pour la mise en œuvre de ce décrochage local, avait répondu à l'appel aux candidatures lancé par le Conseil le 17 novembre 1998 en vue de l'exploitation d'un service de télévision local de plein exercice sur la même zone. Dans l'attente des résultats de cet appel, les négociations entre M6 et La Montagne avaient donc été suspendues. C'est la raison pour laquelle le Conseil a, par décision du 4 mai 1999, accepté d'allonger à douze mois le délai de mise en service du décrochage de Clermont-Ferrand. Puis, La Montagne ayant été retenue pour négocier une convention préalablement à l'obtention d'une autorisation, M6 a, par courrier du 7 janvier 2000, informé le Conseil qu'elle renonçait à lancer ce nouveau décrochage. Par décision du 8 février 2000, ce dernier a donc abrogé l'avenant n°1 à la convention du 13 juin 1995.

Avenant relatif au décrochage régulier de Toulouse

Lors de sa réunion plénière du 17 octobre, le Conseil a approuvé l'avenant n°3 à la convention du 13 juin 1995 relative aux décrochages locaux autorisant la mise en service du décrochage de Toulouse (cf. annexe 7). Le démarrage de ce décrochage, réalisé sans partenariat avec la presse locale, a été annoncé pour le 27 novembre.

MODIFICATIONS DE CAPITAL

TF1

Depuis le début de l'année, le capital social de TF1 n'a pas connu de modification significative. S'agissant de l'actionnariat flottant, la société a informé le Conseil de franchissements de seuils effectués par des filiales de la Société Générale, Delahaye Générale Options et SG Option Europe, dans leurs activités de *trading*. Ainsi, en date du 4 février 2000, Delahaye Generale Options détenait 0,284% du capital et 0,287% des droits de vote de TF1 et en date du 4 août 2000, SG Option Europe détenait 0,318% du capital et 0,321% des droits de vote de TF1.

**RÉPARTITION DU CAPITAL DE TF1
AU 29 DÉCEMBRE 2000**

ACTIONNAIRES	EN CAPITAL	EN DROITS DE VOTE
Bouygues	39,8%	40,1%
Société Générale	1,4%	1,4%
Total actionnaires en concert	41,2%	41,5%
Public	58,8%	58,5%
<i>dont part des salariés</i>	2,5%	2,6%
TOTAL	100%	100%

M6

Conformément à l'article 48 de sa convention, M6 a informé le Conseil que la CLT-UFA et Suez-Lyonnaise des Eaux, ses deux actionnaires de référence, avaient renforcé leur participation au sein du capital de la société. Le tableau ci-dessous présente l'évolution du capital de la société au cours de cet exercice.

**ÉVOLUTION DE LA COMPOSITION DU CAPITAL DE M6
EN 2000 ET EN 2001**

	au 10.01.2000	au 06.03.2000	au 07.06.2000	au 28.07.2000	au 23.10.2000	au 04.12.2000	au 04.01.2001
CLT-UFA	41,89%	41,87%	42,24%	42,24%	42,78%	42,78%	43,79%
Suez-Lyonnaise des Eaux	34,46%	35,05%	35,05%	36,05%	36,05%	36,73%	36,73%
Public	23,65%	23,08%	22,7%	21,71%	21,17%	20,49%	19,48%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Source : M6 (dates des courriers précisées dans la colonne du haut).

Toutefois, en application de l'article 35 des statuts de la société Métropole Télévision, les droits de vote de la CLT-UFA et de Suez-Lyonnaise des Eaux sont limités à 34%.

Le Conseil a pris acte de ces modifications de capital.

Canal+

L'opération de fusion Canal+/Vivendi/Seagram

Le Conseil a été saisi officiellement, le 19 juin, du projet de fusion Canal+/Vivendi/Seagram. Il a examiné de manière approfondie les conséquences de ce projet sur l'activité de télévision cryptée de la chaîne Canal+ relevant de son autorisation, sur les structures capitalistiques du groupe au regard des règles anticoncentration et sur les obligations réglementaires et contractuelles de la société. Cet examen a donné lieu, du 19 juin au 26 juillet, à plusieurs auditions des présidents et principaux dirigeants de Canal+ et de Vivendi ainsi qu'à plusieurs échanges de correspondances.

Le cœur des difficultés résidait dans la dissociation entre deux sociétés distinctes des activités d'édition et de commercialisation du programme. L'édition devait rester dans la société autorisée par le Conseil et détenue à 48,7% par Vivendi Universal, tandis que la commercialisation passait dans une société détenue à 100%.

Si cette séparation n'était pas en elle-même contraire aux textes, les pouvoirs respectifs des deux sociétés et leurs relations ne devaient pas aboutir à placer Canal+ sous la dépendance

de Canal+ Distribution. Si tel était le cas, celle-ci aurait dû être considérée, en application de l'article 41-3 de la loi du 30 septembre 1986 modifiée, comme titulaire de l'autorisation et respecter les seuils de détention capitalistiques.

Le Conseil a estimé que le premier projet qui lui avait été soumis n'était pas conforme au dispositif anticoncentration selon lequel une société de télévision ne peut être détenue à plus de 49% par un même actionnaire, et qu'il comportait des modifications substantielles des données fondamentales de son autorisation susceptibles de la remettre en cause.

Pour garantir le respect de ces dispositions, le Conseil a donc été amené à exiger que soit assurée l'indépendance économique et financière de Canal+ SA, en tant que société de télévision payante, ce qui imposait qu'elle conserve notamment la pleine propriété de son fichier d'abonnés, la relation directe avec ceux-ci, l'encaissement des abonnements et la maîtrise de sa politique tarifaire et commerciale.

Le Conseil a estimé que les modalités nouvelles obtenues des groupes Vivendi et Canal+ assuraient le respect des dispositions législatives précitées. Par ailleurs, Canal+ SA contrôlant de manière pérenne l'évolution de son chiffre d'affaires (abonnements, publicité, parrainage) pourrait honorer ses engagements réglementaires et contractuels, dans la durée, à l'égard de la production cinématographique et audiovisuelle et des sociétés d'auteurs. Enfin, le Conseil a constaté que l'identité éditoriale et la nature des programmes de Canal+ ne seraient pas affectées par ce projet. Il a également vérifié que le seuil maximal de 20% de capitaux non-européens serait respecté.

Dans ces conditions, le Conseil a décidé de ne pas s'opposer au projet en précisant toutefois expressément dans son communiqué 426 en date du 26 juillet qu'il serait extrêmement attentif à ce que la réalisation effective de l'opération et, en particulier, les contrats entre la chaîne et sa société de distribution respectent les principes au vu desquels il s'était prononcé.

C'est pourquoi, après l'examen du projet de contrat détaillé entre la société Canal+ SA et sa société de distribution, Canal+ Distribution, qui lui a été soumis le 16 octobre, et qui a révélé plusieurs problèmes, le Conseil a été conduit à demander à la société des modifications de ce projet de contrat ainsi que des engagements de la part du groupe.

A l'issue de nouvelles discussions, correspondances et réunions, le Conseil a confirmé le 30 novembre 2000, comme il l'a indiqué dans son communiqué 436, ne pas s'opposer au projet de fusion Canal+/Vivendi/Seagram. Ce faisant, le Conseil a accepté la version définitive du projet de contrat précité dans la mesure où il lui est apparu qu'elle comportait des garanties suffisantes sur les points suivants :

- la garantie pour Canal+ SA de maîtriser son activité de télévision par abonnements, la société déterminant son budget, sa politique tarifaire, commerciale et promotionnelle, contrôlant l'évolution de son chiffre d'affaires, ayant la propriété de sa base d'abonnés et en disposant pleinement pour sa propre exploitation et encaissant directement ses recettes ;
- le maintien de l'indépendance éditoriale de la chaîne et de son offre de programme.

Le Conseil a tenu, en outre, à ce que le groupe Vivendi/Canal+ prenne des engagements pour protéger les intérêts du cinéma français. Ainsi, il ne sera pas édité ni commercialisé de chaîne de télévision au format similaire à celui de Canal+. Dans la convention conclue avec le CSA, Canal+ SA prend l'engagement d'un investissement minimum par abonné dans le cinéma français et européen.

Enfin, Canal+ SA aura les moyens de s'opposer à des utilisations de sa base d'abonnés par Canal+ Distribution, qui nuiraient à ses intérêts fondamentaux. Le CSA sera tenu informé des utilisations de la base d'abonnés.

Il ne revenait par contre pas au Conseil de se prononcer sur le devenir des activités et filiales développées par Canal+ au fil des ans qui ne relèvent pas du régime de l'autorisation (chaînes étrangères et thématiques, production ...).

A l'issue de cette opération de fusion, outre le changement de nom de Canal+ qui devient Canal+ SA, les modifications formelles du capital social ont concerné son montant et le nom de l'actionnaire de référence Vivendi qui est devenu Groupe Canal+ (filiale à 100% de Vivendi Universal).

A la fin 2000, la structure de l'actionnariat de Canal+ SA était la suivante :

ACTIONNAIRES	ACTIONS ET DROITS DE VOTE
Groupe Canal+	48,7%
Caisse des Dépôts	3,5%
Société Générale	0,6%
Salariés	0,2%
Public	47%
Total	100%

AUTORISATIONS EXCEPTIONNELLES

Canal+

Par courrier en date du 18 janvier, le Conseil a autorisé la société Canal+ à diffuser *La Nuit des César*s en clair, à titre exceptionnel et conformément à l'article 10 de sa convention, le 19 février. Par ailleurs, par courrier en date du 10 octobre, il l'a autorisée, à diffuser, le 2 décembre, en dehors de ses plages habituelles en clair, la cérémonie des "Grands Prix du cinéma européen" sous réserve que la diffusion de la publicité s'inscrive dans le cadre habituel de l'écran (d'une durée maximale de trois minutes et demie).

M6

Lors de sa réunion plénière du 21 décembre 1999, le Conseil a autorisé M6 à procéder, en application de l'article 5 de la convention du 13 juin 1995 relative aux décrochages locaux, à des décrochages occasionnels de huit minutes sur l'ensemble de ses sites réguliers⁽⁵⁾, le samedi 1^{er} janvier 2000.

NOUVELLES CONDITIONS DE DIFFUSION

La Cinquième-Arte

La zone de couverture du cinquième réseau s'est accrue d'environ 258 900 habitants au cours de l'année. Les programmes de La Cinquième et d'Arte peuvent être reçus par près de 85% de la population française au 31 décembre 2000.

⁽⁵⁾ Bordeaux, Lille, Tours, Marseille, Nantes, Montpellier, Lyon, Nancy, Grenoble, Rennes et Nice.

En application des nouvelles dispositions introduites par la loi du 1^{er} août 2000, les autorisations d'usage de fréquences relatives au cinquième réseau sont désormais directement délivrées à La Cinquième et à Arte. Par ailleurs, le Conseil a autorisé la modification des caractéristiques de diffusion d'une station dans le département de l'Ille-et-Vilaine et a abrogé les décisions d'autorisation relatives à deux stations dans le département des Vosges (cf. annexe 9).

M6

Aucune décision d'extension du sixième réseau n'a été prise. Seul un appel aux candidatures dans les Alpes-Maritimes a été lancé le 12 décembre. Parallèlement, une décision de résorption d'une zone d'ombre dans l'Eure a été adoptée et les caractéristiques de diffusion d'une station dans le Loiret ont été modifiées (cf. annexe 10).

Les télévisions locales permanentes en métropole

Le Conseil a poursuivi sa réflexion sur le devenir des télévisions locales hertziennes. Alors que leur nombre n'augmentait pas et que certaines cessaient même d'émettre, les deux dernières années ont vu apparaître de nouveaux services. En 1999, deux chaînes ont été autorisées en Vendée et, en 2000, trois autres autorisations ont été délivrées à Clermont-Ferrand, à Bordeaux et dans les Alpes. Par ailleurs, trois services sont en cours de création à Tours, dans les Hautes-Alpes et à Troyes.

Considérés globalement, les services locaux de télévision peuvent être classés en trois catégories : les télévisions de ville qui diffusent sur des agglomérations importantes comme Toulouse (*Télé-Toulouse*), Lyon (*TLM*), Clermont-Ferrand (*Clermont 1^{ère}*) et Bordeaux (*TV7 Bordeaux*) ; les télévisions de pays qui diffusent sur un territoire plus étendu mais homogène par son histoire, sa culture locale et ses caractéristiques économiques, c'est le cas d'*Aqui TV* en Périgord et de *TV8 Mont Blanc* en Savoie et Haute-Savoie ; les télévisions de proximité, avec deux télévisions, *Télé 102* (zone des Sables-d'Olonne) et *Télé Sud Vendée* (zone de Luçon) lesquelles répondent, sur des aires de diffusion modeste, à un besoin d'information territorialement délimité (cf. chapitre VI, « Le contrôle »)..

Les télévisions locales hertziennes métropolitaines autorisées antérieurement à juillet 1999, TLM, TLT, Télé Bleue (cf. chapitre VIII) et Aqui-TV, ont dû faire face, depuis l'origine, à des difficultés financières importantes en raison, principalement, de l'inadéquation entre leurs ressources et leurs charges. Elles sont en effet confrontées à des marchés publicitaires limités alors qu'elles doivent assurer quotidiennement la diffusion d'un programme dont le coût est important, même si elles font largement appel à la rediffusion. Leur situation économique est un sujet de préoccupation pour le Conseil.

Les charges annuelles varient, selon les stations, de 5 MF à 25 MF. En outre, les recettes provenant des institutionnels, pour certaines d'entre elles, ont d'ores et déjà atteint un seuil qui suscite des interrogations eu égard à leur vocation privée et commerciale. En 1999, les déficits continuaient à s'accumuler en raison de l'insuffisance du financement commercial. Il se confirme que les télévisions de ville ont des charges d'exploitation de deux à quatre fois supérieures à celles des télévisions de pays même si ces écarts se réduisent lorsqu'ils sont rapportés au nombre de téléspectateurs potentiels de la zone desservie.

Dans la période récente, le Conseil a cependant relevé que certaines d'entre elles étaient parvenues à réduire progressivement leur frais de fonctionnement (Aqui-TV, TLM, TLT).

APPELS AUX CANDIDATURES

En 2000, le Conseil a retenu différents projets, présélectionné des opérateurs, engagé les procédures de négociation des conventions et autorisé de nouveaux services.

En novembre 1998, le Conseil a lancé un appel sur la zone de Clermont-Ferrand. Le 23 juin 1999, il a retenu le projet porté par la Société clermontoise de télévision (société contrôlée à 48% par le quotidien régional *La Montagne*) en raison de l'intérêt qu'il présentait pour le public et parce qu'il proposait des perspectives financières réalistes. Par décision en date du 6 juin, le Conseil a autorisé cette société pour une durée de cinq ans à compter du 1^{er} juillet 2000 (cf. annexe 11). Clermont 1^{ère} diffuse, depuis octobre, un programme composé de journaux d'information locale ainsi que de magazines traitant de la vie culturelle, associative, scolaire, économique, sociale ou politique. Proposé en multidiffusion 24h/24, ce programme comporte un minimum quotidien de 2 heures d'émissions produites localement en première diffusion, ce minimum étant fixé à 17h30 sur une période hebdomadaire.

Par décision en date du 2 février 1999, le Conseil a lancé deux autres appels sur la zone de Bordeaux et sur les départements de Savoie et de Haute-Savoie.

A la suite de l'audition publique du 26 octobre 1999, le Conseil a décidé, en séance plénière du 23 novembre 1999, de retenir le projet présenté par la société TV7 Bordeaux en raison de son intérêt propre et des perspectives économiques qu'il comportait. Par décision en date du 26 juillet 2000, le Conseil a autorisé la société TV7 Bordeaux dont la société Atlantel du groupe Sud Ouest détient 48,9% du capital, pour une durée de cinq ans à compter du 1^{er} janvier 2001 (cf. annexe 12). TV7 Bordeaux doit diffuser un programme quotidien de 7h30 à 23h30. La diffusion et la rediffusion des émissions produites localement et, le cas échéant, d'autres émissions d'expression locale doivent représenter plus de la moitié du temps total de diffusion quotidien. Cette programmation comprend une durée minimum quotidienne de deux heures d'émissions produites localement en première diffusion ainsi que la diffusion et la rediffusion de seize journaux d'information quotidiens de neuf minutes, représentant une durée minimum de onze minutes de production quotidienne.

A la suite de l'audition publique du 14 décembre 1999, le Conseil, en séance plénière du 18 janvier 2000, a retenu la candidature de la société TV8 Mont Blanc estimant que ce projet répondait le mieux aux conditions définies dans l'appel. La société TV8 Mont Blanc a été autorisée par décision du Conseil, en date du 26 juillet 2000, pour une durée de cinq ans à compter du 1^{er} août (cf. annexe 13). TV8 Mont Blanc diffuse, depuis le 21 octobre, un programme quotidien de 7h à 23h30 et propose essentiellement des émissions d'information, des magazines économiques, éducatifs, culturels, politiques, sportifs, de service et de découverte. La diffusion et la rediffusion des émissions produites localement et, le cas échéant, d'autres émissions d'expression locale, doivent représenter plus de la moitié du temps total quotidien. Conformément aux solutions retenues précédemment, cette programmation comprend une durée minimum quotidienne de deux heures d'émissions produites localement en première diffusion ainsi que la diffusion et la rediffusion de deux journaux d'information quotidiens de sept minutes, représentant une durée minimum de sept minutes de production quotidienne (cf. chapitre VI, « Le contrôle »).

En octobre 1999, le Conseil a lancé deux autres appels aux candidatures (décisions du 12 octobre 1999) sur les zones de Remiremont (département des Vosges) et de Troyes (département de l'Aube). S'agissant de Remiremont, le Conseil a déclaré l'appel infructueux par décision en date du 25 juillet à la suite de l'audition publique du 27 juin 2000 de la seule

société candidate, le projet ne correspondant pas aux critères de l'appel. En revanche, le Conseil a retenu, le 16 janvier 2001, le projet présenté par la société Canal 32, pour l'agglomération de Troyes, seule société candidate. En effet, après avoir entendu le candidat en audition publique, le 4 janvier 2001, il a estimé que son projet répondait aux conditions définies dans l'appel et il a décidé d'engager la négociation d'une convention en vue de l'autorisation. La convention à conclure avec la société Canal 32, dont la société France Régions Participations (groupe France Antilles) détient 24,2% du capital, doit porter, en particulier, sur les dispositions relatives au respect du pluralisme dans les programmes et à la mise en œuvre de l'indépendance de l'équipe rédactionnelle.

Le 21 décembre 1999, le Conseil a également ouvert deux autres appels sur les zones de Gap et de Briançon dans les Hautes-Alpes et sur l'agglomération de Tours où un premier appel avait été déclaré infructueux en juin 1999. Pour les zones de Gap et de Briançon, le Conseil après avoir entendu en audition publique, le 23 octobre, les représentants des différentes sociétés candidates, a retenu la société Télé Hautes-Alpes (Alpes 1 TV). Il a en effet estimé que ce projet présentait un réel intérêt pour le public et proposait des perspectives économiques réalistes. S'agissant de l'agglomération de Tours, après avoir entendu en audition publique, le 25 octobre, les représentants des différentes sociétés candidates, le Conseil a retenu, le 12 décembre, la société S.A. Centre Communication Télévision (TV37). Il a entamé la négociation d'une convention qui doit porter notamment sur la pérennité de la structure du capital social et sur les dispositions relatives au respect du pluralisme dans les programmes.

L'obligation de réserver une part prépondérante aux émissions d'expression locale figure désormais dans le texte des conventions. Ainsi, le volume minimum de diffusion et de rediffusion des émissions produites localement et des autres émissions d'expression locale doit représenter plus de 50% du temps total de diffusion du service. Cette clause répond à la volonté du Conseil de garantir le caractère local de la programmation. Par ailleurs, à partir du moment où des projets sont portés par des sociétés contrôlées par des organes de presse, le Conseil a introduit dans les conventions conclues avec les parties concernées des dispositions de nature à assurer le respect du pluralisme.

En 2000, le Conseil a enregistré un nouvel afflux de candidatures. 15 nouvelles demandes ont été relevées contre 51 au cours des deux années précédentes. Cette situation trouve son origine dans l'annonce faite par le Conseil, en juillet 1999, de la mise en œuvre de la planification du numérique hertzien terrestre en vue d'un développement harmonieux de la télévision locale, analogique et numérique. Elle s'explique également par la promulgation de la loi du 1^{er} août 2000 qui consacre l'existence des télévisions locales et qui permet la délivrance d'autorisations permanentes au secteur associatif. Ainsi, si les demandes ont continué à être formulées par des entreprises de presse entendant constituer un réseau cohérent de télévisions locales (une vingtaine initiée par le groupement Télévision Presse Région), ainsi que par des sociétés nouvelles engagées dans le multimédia, les plus récentes d'entre elles ont émané pour une large part du monde associatif.

Comme il l'avait indiqué dans son rapport d'activité pour 1999, le Conseil a informé les opérateurs potentiels que le lancement des appels aux candidatures en mode analogique était subordonné à la conduite des travaux de planification liés au développement du numérique hertzien terrestre. Dès lors, la recherche de fréquences hertziennes analogiques pour les télévisions locales, qui doit être menée parallèlement à la planification numérique, oblige ce dernier à conduire des vérifications techniques poussées. Pour ces différentes raisons, le Conseil a différé le lancement de nouveaux appels aux candidatures pour des télévisions locales hertziennes en mode analogique.

Désormais, le cadre juridique du secteur est posé par la loi qui confie au Conseil la gestion du passage des réseaux hertziens de l'analogique au numérique selon un calendrier précis.

C'est ainsi que le Conseil a engagé une consultation contradictoire sur l'aménagement du spectre hertzien à laquelle les acteurs publics et privés concernés ont été invités à apporter leur contribution. Les conclusions ont été rendues publiques à la fin du mois d'octobre. Le Conseil a, en outre, informé les opérateurs potentiels qu'une première liste de fréquences utilisables en numérique ou en analogique serait publiée à la fin du premier semestre 2001.

La situation particulière de la région parisienne

Depuis le deuxième semestre 1998, le Conseil a été saisi de treize demandes d'appels aux candidatures en vue de l'exploitation d'un service local de télévision privé diffusé en clair par voie hertzienne terrestre à Paris et dans la région parisienne (cf. annexe 14). Ces candidatures peuvent être classées en trois catégories : celles présentées par des sociétés issues du secteur de la presse écrite, celles émanant d'associations, celles formulées par des sociétés indépendantes des médias. Parmi celles-ci, trois d'entre elles visent l'ensemble de la région parisienne ; les autres affichent une ambition plus modeste, certaines d'entre elles étant limitées à la desserte de quelques arrondissements de Paris, de communes de la proche banlieue, ou de la grande banlieue. Il a été répondu en partie à ces demandes par des autorisations temporaires (cf. *infra*).

En ce qui concerne le lancement d'un appel aux candidatures pour une télévision analogique en région parisienne, le Conseil a reporté sa réponse à la fin du premier semestre 2001. Compte tenu de l'importance particulière de cette zone, il n'a en effet pas estimé opportun de la traiter indépendamment et avant d'avoir statué sur le dossier général du développement en France de la télévision locale analogique et/ou numérique.

RECONDUCTIONS D'AUTORISATIONS

Le 15 juillet, le Conseil a statué favorablement sur la possibilité de reconduire une seconde et dernière fois, hors appel aux candidatures, l'autorisation délivrée à la société SALT pour l'exploitation de la chaîne locale Télé Lyon Métropole. Le 28 février 2001, une nouvelle convention a été conclue en vue de la reconduction. L'autorisation délivrée à TLM le 19 mars 1996 arrive à échéance le 31 août 2001.

Le 18 novembre 1999, le Conseil s'était prononcé favorablement sur la possibilité de reconduire hors appel aux candidatures l'autorisation de la chaîne locale Télé Toulouse (TLT), autorisée depuis le 29 novembre 1995, pour une durée de cinq ans. Une nouvelle convention ayant été conclue le 29 mai, TLT a vu son autorisation reconduite par décision du 12 septembre pour une durée de cinq ans à compter du 29 novembre.

MODIFICATION DE CAPITAL

Le 18 avril, le Conseil a agréé la modification de capital de la société Télé Lyon Métropole, marquant le désengagement de TVLD (groupe Vivendi) qui était, jusqu'à cette date, opérateur de la chaîne et détenteur de 49,98% des actions et des droits de vote, au profit du groupe Le Progrès et de la société 2 RBI. La participation du groupe Le Progrès est passée ainsi de 6,60% à 49,98% et celle de la société 2 RBI de 10% à 16,60%. Le Progrès, qui accompagne TLM depuis sa création en 1989, en a été le coopérateur en 1991 et 1992 avec une participation au capital portée à 38% puis 40%, avant que celle-ci ne soit progressivement réduite, et maintenue à 6,60% depuis 1996. Le Conseil a constaté que cette modification n'était pas contraire au dispositif anticoncentration prévu par la loi. Par

ailleurs, Le Progrès, nouvel actionnaire principal prenant la responsabilité d'opérateur, s'est engagé à maintenir en l'état le format et le contenu de la programmation, à garantir l'indépendance éditoriale de la chaîne par une équipe rédactionnelle totalement distincte de celle du titre de presse et à respecter l'ensemble des engagements figurant dans la convention signée le 6 février 1996 avec le Conseil.

RÉSORPTION DE ZONE D'OMBRE

Afin d'améliorer sa desserte à Fontenay-le-Comte, la chaîne locale Télé Sud Vendée, autorisée le 18 novembre 1999 pour une durée de cinq ans, s'est vu attribuer par le Conseil, le 22 février, le canal 45 H pour la mise en service d'un nouvel émetteur de très faible puissance.

Les télévisions temporaires

16 autorisations temporaires ont été délivrées en 2000 (contre 10 en 1999). Pour partie, elles ont été accordées à des opérateurs qui avaient antérieurement bénéficié d'autorisations similaires (TV Céreste, TV Flamingo, Festival Vidéo Catalan...) ; pour une autre partie, elles ont été accordées à de nouveaux intervenants.

Face aux nombreuses demandes constatées dans la région parisienne et en raison de la rareté de la ressource hertzienne, le Conseil a décidé de leur réserver le canal 36. Les autorisations ont été accordées sous réserve de la diffusion du programme dans des plages horaires strictement délimitées. Un même canal a pu ainsi accueillir quatre services distincts (Ondes Sans Frontières, Télé Bocal, Télé Plaisance et La Locale) (cf. annexe 16).

Le Conseil a également réservé une suite favorable à des demandes pour l'année 2001 : le 24 octobre à l'association Zaléa TV sur le canal 36 à Paris (du 20 mars au 20 septembre 2001) dans la tranche horaire de 20h30 à 23h30, le 12 décembre, à la société TV Flamingo au Cap-d'Agde (du 20 mars au 20 octobre 2001) ainsi qu'à la société Mercure Image sur le bassin d'Arcachon (du 1^{er} juillet au 31 août 2001).

Dotés de moyens limités, ces services répondent à un besoin d'information de proximité. Même si leur audience reste limitée en raison des habitudes de consommation télévisuelle et des difficultés liées à l'initialisation des antennes, leur notoriété est croissante.

Depuis la loi du 1^{er} août 2000, des autorisations temporaires pour un service de télévision hertzienne privé peuvent être délivrées par le Conseil, hors appel aux candidatures, pour une durée n'excédant pas neuf mois (au lieu de six mois antérieurement).

REFUS

Le 21 mars, l'association Radio Télédiffusion Électronique s'est vu opposer un refus à sa demande d'autorisation temporaire pour la période du 1^{er} avril au 1^{er} juillet 2000 à Meudon-la-Forêt. Les caractéristiques techniques sollicitées étaient en effet incompatibles avec l'occupation du spectre hertzien dans la région parisienne et les éléments d'information communiqués n'apportaient pas les assurances requises au regard de la maîtrise de l'antenne. De même, le 26 septembre, le Conseil n'a pas réservé une suite favorable à la demande présentée par l'association Proxi-TV qui souhaitait diffuser un programme, du

7 octobre au 15 octobre, à l'occasion de la deuxième Biennale du design à Saint-Étienne. Les services du Conseil ont en effet procédé à un examen détaillé des disponibilités en fréquences dans cette zone qui a abouti à la conclusion qu'aucun canal analogique supplémentaire n'était disponible.

Les télévisions locales dans les Dom-Tom

Canal Réunion

L'autorisation de Canal Réunion arrivait à échéance le 30 août 2000, date à partir de laquelle elle pouvait, conformément à la loi, être renouvelée pour cinq ans.

Le 27 juillet 1999, le Conseil a décidé de la reconductibilité de ladite autorisation hors appel aux candidatures et a conclu une nouvelle convention le 28 février 2000.

Outre l'intégration de la signalétique jeunesse, la convention prévoit que la chaîne est désormais assujettie à des obligations en matière de contribution au financement de la production audiovisuelle locale. En 2000, elle doit ainsi consacrer 2,5% de son chiffre d'affaires de l'exercice précédent à la commande d'œuvres audiovisuelles européennes ou d'expression originale française. Ce volume sera porté à 3% pour les années 2001 à 2004.

Par décision du 6 juin 2000, le Conseil a reconduit l'autorisation de Canal Réunion pour une durée de cinq ans à compter du 31 août 2000.

L'avenant n°1 à la convention du 28 février 2000 a été conclu le 2 février 2001 afin de prendre en compte les stipulations de la convention de l'avenant n° 1 de la société Canal+ (cf. *supra*). Celles-ci transposent la loi du 1^{er} août 2000 et recouvrent essentiellement les obligations générales et déontologiques (protection de l'enfance, accès des sourds et malentendants aux programmes diffusés) ainsi que la chronologie des médias.

TV4 (la Réunion)

La société TV4 qui exploitait la chaîne locale réunionnaise du même nom ayant été dissoute, le Conseil a décidé le 9 mai, à la demande des responsables de la chaîne, d'abroger la décision du 21 avril 1993, modifiée et complétée, qui avait été délivrée à la société afin de desservir, à partir de sept canaux, l'ouest et le nord de la Réunion.

TV Sud (la Réunion)

L'autorisation délivrée le 10 février 1993 à la société TV Sud pour 8 ans à compter du 11 mai 1993 arrivant à échéance le 11 mai 2001, le Conseil a estimé, le 9 mai 2000, qu'au regard des critères fixés par la loi, la société TV Sud était susceptible de voir son autorisation reconduite hors appel aux candidatures.

Sa reconduction effective ne pouvait intervenir qu'après la négociation d'une nouvelle convention avec la chaîne dans les six mois suivants. Or le Conseil a constaté, en premier lieu que la société TV Sud avait fait l'objet d'une liquidation judiciaire le 6 juin, et en deuxième lieu que les responsables de la chaîne n'avaient fourni aucun des documents nécessaires à la négociation d'une nouvelle convention. Le 15 novembre, il a été décidé de ne pas reconduire l'autorisation de TV Sud.

Parallèlement, à la suite de constats de non-émission de programmes établis les 2 juin et 28 août, le Conseil l'a mise en demeure, le 12 septembre, d'émettre dans un délai de huit jours. Un nouveau constat de non-diffusion ayant été établi le 12 octobre, une procédure de sanction a été engagée, le 15 novembre, à l'encontre de la chaîne, susceptible de se voir retirer son autorisation d'usage de fréquences.

Tahiti Nui Télévision (Polynésie française)

Par lettre du 8 mars 2000, M. Gaston Flosse, président du gouvernement de la Polynésie française, a informé le Conseil de l'intention de son gouvernement de créer une chaîne de télévision publique de proximité en application de la loi organique du 12 avril 1996 portant statut d'autonomie de la Polynésie qui dispose que « *sans préjudice des missions confiées au CSA, la Polynésie française peut créer une société de production et de diffusion d'émissions à caractère social, culturel et éducatif* ».

Lors de sa réunion plénière du 28 mars, le Conseil a retenu le régime juridique suivant :

- attribution d'un réseau hertzien hors appel aux candidatures ;
- application du régime de droit commun en ce qui concerne le contenu de la chaîne, dans le cadre d'une convention avec le CSA adaptée à ce cas particulier ;
- contrôle par le Conseil du programme diffusé.

Une convention avec la société d'économie mixte locale TNTV a été conclue le 21 juin et le Conseil a décidé, le 27 juin, de l'autoriser à exploiter un service de télévision à caractère social, culturel et éducatif dans le territoire de la Polynésie française pour une durée de cinq ans à compter du 29 juin (cf. annexe 18).

En son article 4-19, la convention prévoit la création d'un conseil d'orientation dont le rôle est, d'une part, de veiller au respect des obligations générales et déontologiques notamment au respect du principe de pluralisme de l'expression des courants de pensée et d'opinion et, d'autre part, de garantir le caractère social, culturel et éducatif de la programmation de TNTV. Ce conseil d'orientation est composé de treize membres, cinq personnalités représentant les institutions locales et huit personnalités qualifiées, dont deux désignées par le CSA.

Zouk TV (Martinique)

Par courrier du 9 novembre, la Sarl Granier Music Événements a demandé une autorisation temporaire afin de diffuser Zouk TV, un service de télévision pour lequel la société bénéficie d'une convention obtenue le 13 décembre 1999, au titre de sa distribution par câble.

Lors de son assemblée plénière du 19 décembre, le Conseil n'a pas estimé possible d'accéder à cette demande. En effet, les autorisations délivrées en application de l'article 28-3 de la loi du 30 septembre 1986 modifiée ne peuvent concerner que des expérimentations occasionnelles de télévision locale, sans renouvellement immédiat.

TV Moun Matinik (Martinique)

Le 24 octobre, le Conseil a décidé d'autoriser l'association Club TV Moun Matinik à utiliser une fréquence, pour six mois à compter du 20 mars 2001, afin de diffuser un programme de télévision.

RFO (Martinique)

Par décision du 4 juillet, RFO a été autorisée à étendre sa zone de diffusion à la station du Carbet-Morne Lajus (1000 habitants).

* *
*

La loi du 1^{er} août 2000 consacre l'existence des télévisions locales, notamment dans la perspective de la mise en œuvre du numérique hertzien terrestre. Elle permet également la délivrance d'autorisations permanentes au secteur associatif.

Leur création en nombre significatif dans la période récente démontre la volonté de nouveaux opérateurs de nature très diverse de s'engager dans ce secteur. Pour le Conseil, ce mouvement répond à l'attente des téléspectateurs en matière de communication de proximité qui n'était que très imparfaitement satisfaite.

Toutefois, les conditions économiques et juridiques qui permettraient un développement harmonieux doivent être réunies. A la fin 1999, le Conseil a eu l'occasion de faire valoir son point de vue. Il a notamment souligné, lors de sa réponse au livre blanc du gouvernement, que l'émergence d'un secteur de proximité justifiait la création d'un fonds de soutien spécifique.

A plusieurs reprises, il a également exprimé le souhait que la publicité s'ouvre au secteur de la distribution en métropole, tout en préservant les intérêts des autres médias locaux.

Enfin, les modalités d'interventions, y compris financières, des collectivités locales lui paraissent devoir être clarifiées.

2 - Le câble

Le marché du câble

LES CHIFFRES DU CÂBLE

En 2000, le Conseil a autorisé l'exploitation de **50** nouveaux réseaux, répartis de la façon suivante entre les opérateurs :

<i>TDF Câble Est</i>	14
<i>UPC France</i>	13
<i>Sudcâble Services (groupe UPC France)</i>	5
<i>Câble Services de France (groupe UPC France)</i>	4
<i>Lyonnaise Communications</i>	2
<i>Câble SYL Guyane</i>	2
<i>World Satellite Guadeloupe</i>	1
<i>Régies</i>	2
<i>Autres</i>	7

Au 31 décembre 2000, le nombre de réseaux câblés titulaires d'une autorisation d'exploitation se monte à **809**, soit 6,6% de plus qu'en 1999.

Le total des prises commercialisables au 30 juin 2000 s'élevait à **8 244 675**, sur un potentiel de prises à terme de 10 765 274. Avec près de **2 939 900** abonnés collectifs et individuels, le taux de pénétration moyen atteint **35,7%**.

349 modifications de plans de services (cf. annexe 19) ont été autorisées par le Conseil. Tout comme l'année précédente, il en a refusé un certain nombre, dans la mesure où elles concernaient des chaînes n'ayant pas signé la convention prévue à l'article 33-1 de la loi du 30 septembre 1986 modifiée.

A l'occasion des modifications de plans de services, se traduisant par l'introduction de chaînes étrangères régulièrement conventionnées ou bénéficiant du régime déclaratif, le Conseil rappelle aux opérateurs leur obligation de disposer des droits de reprise correspondants.

La construction de nouveaux réseaux reflète la croissance sensible du secteur. Le nombre de prises commercialisables a en effet augmenté de plus de 600 000 au cours de l'année 2000, à un rythme annuel (+ 8,3%) que l'on n'avait pas connu depuis 1994 et qui confirme le retournement de tendance constaté en 1999.

La mise aux normes des anciens réseaux pour offrir l'Internet à haut débit et le téléphone, ainsi que la construction à terme de plus de 2,5 millions de prises nouvelles, entraînent une demande en ingénierie supérieure à celle des meilleures années du Plan Câble.

Les acteurs du câble

Le secteur du câble enregistre de nouvelles et profondes mutations, qui touchent à la fois la structure capitalistique du secteur, les politiques commerciales adoptées et la nature des services proposés.

LES CÂBLO-OPÉRATEURS

Cinq opérateurs se partagent aujourd'hui l'essentiel du marché du câble français, avec un portefeuille de près de 90% des abonnés : Lyonnaise Câble rebaptisée Noos, France Télécom Câble, NC Numéricâble, UPC France et NTL France, certains opérateurs visant un marché régional, comme Est Vidéocommunication.

Avec 2 939 900 abonnés tous services au 30 juin 2000, le câble a connu une progression annuelle de 7,1% selon les chiffres de l'AVICAM (Association des villes pour le câble et le multimédia). L'introduction de formules entièrement modulables comme « Modulo carte » de France Télécom Câble, les « Forfaits Étoiles » de Noos et plus récemment les « Chaînes à la carte » de NC Numéricâble dynamise progressivement le parc numérique. Ainsi, le nombre de foyers câblés numériques a augmenté de 50%, pour s'établir à 431 558 abonnés.

En termes de parts de marché, la première place est occupée par Noos qui totalise 26,3% de l'ensemble des foyers desservis, devant France Télécom Câble (24,8%), NC Numéricâble (22,6%) et UPC France (13%). Le tableau ci-dessous reprend les résultats, au 30 juin 2000, des principaux réseaux câblés.

OPÉRATEURS	Prises à terme	Prises commercialisables	Abonnés tous services	Part de marché
Noos (Lyonnaise Câble)	2 744 593	2 237 354	771 666	26,3%
France Télécom Câble	1 978 336	1 565 257	729 988	24,8%
NC Numéricâble	2 581 175	2 224 640	665 451	22,6%
UPC ⁽¹⁾	2 518 350	1 395 175	381 700	13%
Est Vidéocommunication	284 689	281 396	120 494	4,1%
NTL France	274 494	212 321	75 354	2,6%
Autres	383 637	328 532	195 247	6,6%
TOTAL	10 765 274	8 244 675	2 939 900	100%

⁽¹⁾ UPC n'ayant pas communiqué le total des prises commercialisables, l'AVICAM a repris les prises à terme pour les filiales rachetées (Citéréseau, Rhône Vision Câble, Réseaux Câblés de France, Vidéopole), dont les réseaux sont construits, et les prises commercialisables au 31/12/1999 pour les structures gérant de nouveaux sites (Médiaréseaux et Intercomm).

L'année se caractérise par la poursuite de la politique d'investissement dans le câble. Ainsi, le Conseil a autorisé en juillet la société Lyonnaise Communications à exploiter deux réseaux câblés situés dans la région parisienne.

Ces réseaux, établis sur le territoire des communes membres du SIPPAREC⁽²⁾, concernent un bassin de population de près de 940 000 habitants. L'importance du marché, qui réunit 26 communes regroupées en deux « plaques » (Nord et Sud), constituera le plus grand déploiement de réseaux câblés réalisé en France depuis le lancement du Plan Câble. En effet, l'investissement initial est de l'ordre d'un milliard de francs.

L'exploitation des deux « plaques » du Syndicat intercommunal permettra à Lyonnaise Communications d'atteindre une taille significative en Ile-de-France où elle exploite déjà le réseau câblé parisien. Cet investissement traduit la volonté de la société de développer de nouveaux réseaux câblés (« NRC ») destinés à la vidéocommunication, aux services interactifs, à l'accès Internet à haut débit et aux télécommunications.

D'autre part, Noos (ex-Lyonnaise Câble) conforte sa première place grâce à la sortie annoncée de France Télécom des réseaux du Plan Câble et l'arrivée dans son capital de NTL Inc et de Morgan Stanley. A l'issue de cette opération, Suez-Lyonnaise des Eaux détiendra 50,1% de la société Suez-Lyonnaise Télécom, NTL Inc. 27% et de Morgan Stanley DWCP 22,9%. Suez Lyonnaise Télécom sera ainsi propriétaire de la marque Noos et des réseaux câblés.

Par ailleurs, le groupe UPC a entamé le transfert des autorisations correspondant aux rachats de câblo-opérateurs opérés en 1999 et début 2000. Il s'agit là de la traduction juridique du transfert de compétences consécutif à l'acquisition de nombreux réseaux câblés existants sur le territoire français (Citéréseau, Rhône Vision Câble, Réseaux Câblés de France, Vidéopole et, au début 2000, Intercomm).

Dans ce cadre, la société UPC France vise une harmonisation de son réseau en termes de plans de services, de politique commerciale et de mise à niveau technique. Rappelons que le groupe UPC, de nationalité néerlandaise mais de capitaux nord-américains, est la filiale de UnitedGlobalCom, qui a atteint la première place européenne pour les abonnés au câble.

LES ÉDITEURS DE PROGRAMMES

Comme l'a déjà souligné le Conseil à plusieurs reprises, l'économie des chaînes thématiques, diffusées sur le câble et le satellite, tend à suivre une évolution paradoxale qui ne profite qu'à un nombre réduit d'éditeurs de programmes. En effet, malgré un marché en forte croissance bénéficiant d'un élargissement de l'offre et d'un nombre d'abonnés de plus en plus élevé, la situation financière des chaînes thématiques reste néanmoins préoccupante.

Porté par le développement rapide des bouquets satellitaires, par le nouveau déploiement du câble et par les perspectives de croissance liées notamment à la convergence de la diffusion télévisuelle et des services de télécommunication en pleine expansion, le nombre de chaînes thématiques a fortement augmenté.

Le chiffre d'affaires de l'ensemble du secteur s'est élevé à près de 3,8 milliards de francs en 1999, en progression de 27,8% par rapport à l'année précédente. Comparées aux chaînes

⁽²⁾ SIPPAREC : Syndicat intercommunal de la périphérie de Paris pour l'électricité et les réseaux de télécommunication.

hertiennes, qui totalisent environ 36 milliards de francs, les chaînes du câble et du satellite représentent donc désormais plus de 10% de ce chiffre d'affaires global.

Cette croissance particulièrement soutenue s'explique avant tout par la forte progression du nombre d'abonnés, qui a été multiplié par 4 en 6 ans, passant de 950 000 à plus de 4 millions entre 1993 et 1999. Le chiffre d'affaires du secteur a ainsi été multiplié par 4,4 sur la même période, passant de 0,7 à 3,8 milliards de francs.

L'évolution constatée permet de formuler les observations suivantes :

Un chiffre d'affaires par abonné en légère progression

Le chiffre d'affaires moyen par abonné, dont l'évolution se présentait en dents de scie depuis 1993, est en constante augmentation depuis 1997, à la suite de la nouvelle offre satellitaire. Il atteint désormais près de 900 francs. En réalité, ceci ne correspond qu'à une augmentation moyenne de l'ordre de 2% par an. L'accroissement du chiffre d'affaires des chaînes du câble et du satellite aura donc bien été essentiellement porté par la forte progression du nombre des abonnés, sans que ceux-ci, pris individuellement, aient à augmenter significativement le montant de leurs dépenses.

Des résultats contrastés en fonction des thématiques

L'analyse des résultats financiers selon les chaînes classées par thème fait apparaître d'importantes disparités. Quatre thématiques enregistrent les meilleures performances : le cinéma, le sport, l'information et la fiction. Cependant, la plupart de ces chaînes présentent toujours des résultats déficitaires. Pour bon nombre d'entre elles, ils se sont même aggravés depuis 1998. Globalement, le secteur affiche une perte de l'ordre de - 400 MF (contre - 700 MF environ en 1998), alors même que le chiffre d'affaires total a progressé de près de 28%.

Un équilibre financier toujours difficile à atteindre

Si le secteur des chaînes thématiques est aujourd'hui encore en pleine expansion, et si la part qu'il représente dans l'économie globale du secteur audiovisuel est croissante, il est à craindre que certains de ses acteurs disparaissent. En effet, la rentabilité est encore largement négative tandis que la rémunération par abonné et par chaîne a tendance à baisser. Cette détérioration des conditions du marché, dont les conséquences sur l'économie des chaînes thématiques se font de plus en plus sentir, encourage les nouveaux entrants à s'inscrire dans des perspectives financières nettement plus modestes.

Une concurrence accrue par le lancement des offres à la carte

La multiplication des chaînes entraîne des arbitrages non seulement des câblo-opérateurs et des bouquets mais également des abonnés eux-mêmes. En effet, pour la plupart des grands thèmes, on dénombre aujourd'hui 3 ou 4, voire 5 chaînes diffusant des programmes plus ou moins comparables (par exemple pour la jeunesse : Canal J, Disney Channel, Télétoon, Fox Kids, Cartoon Networks). Il n'y a pas forcément la place pour chacune d'entre elles. Le distributeur aura, en règle générale, tendance à rémunérer mieux les chaînes ayant la plus forte notoriété et à favoriser l'exposition des chaînes les plus demandées par le public.

De même, dans la mesure où les offres à la carte se multiplient, un même foyer pourrait privilégier la diversité des programmes plutôt que de choisir plusieurs chaînes sur le même thème. Les effets de ces offres à la carte mises en place en 1999 ne se feront sentir qu'à partir des années 2000-2001. Dès lors, chaque chaîne devra rapidement trouver de nouvelles approches, afin de combler ce manque à gagner ou, tout au moins, se positionner favorablement par rapport à ses concurrentes.

Les nouvelles chaînes du câble

SERVICES CONVENTIONNÉS EN 2000

Le Conseil a conclu 24 nouvelles conventions au cours de l'année (cf. annexe 20). Deux d'entre elles concernent des services dont la convention était arrivée à expiration (Canal J et Kiosque), six autres s'appliquent à des services radio. Six de ces nouveaux venus sont adossés à des acteurs en place : TF1 (EurosportNews, TF6, TV Breizh), M6 (TF6), Canal+ (AlloCiné Télévision) et Lagardère¹ (Santé Vie, TiJi).

TF6 est le premier exemple où deux opérateurs majeurs du secteur privé ont fusionné leur projet par la création d'une entreprise commune. Conscient des conséquences d'une telle opération, le Conseil a interrogé le ministre de l'économie et des finances sur la nature juridique de ce rapprochement et les conclusions susceptibles d'en être tirées. Par courrier du 5 décembre 2000, le ministre a répondu qu'après examen par ses services, la création de TF6 ne peut être considérée comme une concentration au sens du Code du commerce.

Leur nature éditoriale se caractérise par une très grande diversité et par un ciblage accentué des thématiques proposées. On relève en particulier :

- le développement des service d'information « spécialisée », sur des sujets aussi différents que l'actualité cinématographique (AlloCiné Télévision), la bourse et la finance (Initiés TV), la santé (Santé Vie), le sport (EurosportNews), l'offre télévisuelle disponible (NC Mag, NTL TV) ;
- la création de la première chaîne dédiée à une région, TV Breizh ;
- l'avènement d'une chaîne destinée spécifiquement aux tout-petits (les enfants âgés de 2 à 7 ans), TiJi ;
- plusieurs projets de chaînes communautaires, s'adressant à des publics tels que les ressortissants africains et d'outre-mer (LCA, Tropical TV), ou de Belgique (Action TV).

Enfin, l'année a vu l'émergence de chaînes dont l'existence et la justification économique reposent largement sur l'exploitation conjointe de sites Internet associés. Tel est le cas de AlloCiné Télévision (à l'instar de Ciné Info conventionnée en 1999 et qui a été mise en œuvre en 2000), Initiés TV, CanalWeb.TV (dont la distribution sur les réseaux câblés doit intervenir courant 2001) et, dans une moindre mesure, Eurosport News (dont la version française sera mise en œuvre en 2002).

Parmi les arrivants, seuls 8 d'entre eux ont été effectivement distribués en 2000 sur les réseaux câblés français (cf. chapitre VI, « Le Contrôle des chaînes du câble »). Les autres n'ont pu être suivis par le Conseil en 2000, ou ne seront lancés qu'en 2001 ou 2002.

Il s'agit des services suivants.

NC Mag² et NTL TV

NC Mag et NTL TV constituent les « guides de programmes » que NC Numéricâble et NTL France ont mis en œuvre pour leurs abonnés respectifs. Ils ont tous deux vocation à informer de l'offre disponible sur le réseau, à proposer un guide thématique des émissions diffusées et à fournir des informations pratiques liées à l'abonnement (comment utiliser la télécommande, comment changer de forfait...). S'agissant de NTL TV, le régime des services consacrés principalement au téléachat a été retenu, dans la mesure où son temps d'antenne est

¹ Groupe lui-même co-actionnaire de CanalSatellite.

² NC Mag a été conventionnée le 8 janvier 2001.

constitué, à près de 70%, d'émissions donnant à ceux qui les regardent la possibilité matérielle de s'abonner aux chaînes et aux offres présentées à l'antenne.

Les conventions des deux services contiennent des clauses particulières destinées à limiter les pratiques promotionnelles, afin d'éviter la présence de publicité clandestine, telle que définie à l'article 9 du décret du 27 mars 1992. Elles prévoient par ailleurs que doit être assurée une présentation équitable des chaînes disponibles sur les réseaux câblés concernés.

Action TV

Les promoteurs d'Action TV ont créé une association loi 1901 pour développer un projet qui comporte quatre types de programmation, destinés aux catégories de publics suivantes : les communautés belges vivant en Europe, les bricoleurs, les sourds et les malentendants, les passionnés d'horoscope.

Canal Algérie

Diffusée en arabe littéraire, arabe dialectal, berbère, français et anglais, Canal Algérie, éditée par l'Entreprise Nationale de Télévision (ENTV), reprend, à destination de l'international, certains programmes des chaînes publiques algériennes.

CanalWeb.TV⁶

Canal Web, pionnier dans le domaine de la télévision sur Internet, met désormais à la disposition des distributeurs de services un bouquet d'émissions thématiques qu'il propose par ailleurs sur son site Web. Lors du conventionnement du service de télévision en juillet 2000, CanalWeb offrait aux internautes une centaine d'émissions, pour la plupart très ciblées. La société éditrice, CanalWeb, est détenue majoritairement par un ensemble d'investisseurs.

EurosportNews

Editée par la Société européenne de télétransmissions sportives (contrôlée par TF1), par ailleurs éditrice d'Eurosport International, EurosportNews est une chaîne d'information sportive destinée à un public européen, complémentaire d'Eurosport International et d'Eurosport France. Sa programmation à vocation multilingue (anglais dans un premier temps puis à terme espagnol, polonais, turc, italien et français) est déclinée en modules de 15 minutes. La chaîne a été lancée en septembre à l'occasion des Jeux olympiques de Sydney.

Initiés TV

Initiés TV est éditée par une société dénommée Initiés.com, filiale de la société A7 Média, productrice de l'émission hebdomadaire de Paris Première *Initiés.com*, qui a pour objet de donner au public des éléments d'information destinés à le guider dans ses choix d'investissements boursiers (Cf. aussi, chapitre VI).

LCA (La Chaîne Africaine)

Créée à l'initiative du groupe sénégalais Sud Communication, cette chaîne, éditée par la société Sudvision LCA, est diffusée depuis décembre 1999 par satellite sur l'Europe, le Proche-Orient et le Maghreb. Elle s'adresse aux ressortissants africains et à la diaspora, en proposant un programme quotidien de six heures. Diffusés pour la plupart en langue française, ses programmes, qui se veulent représentatifs de la diversité culturelle des pays d'Afrique, sont constitués de journaux d'information, de débats, d'émissions musicales, sportives, de divertissements, ainsi que de films.

La Chaîne Vivre

Projet de chaîne à l'initiative d'un praticien, La Chaîne Vivre prévoyait de proposer un programme à destination du grand public consacré à la santé, à la forme et à la beauté. Le

⁶. CanalWeb TV a été conventionnée le 28 février 2001.

responsable de ce projet a manifestement renoncé à le mettre en œuvre, dans la mesure où il n'a pas retourné au Conseil la convention qui lui avait été adressée, pour signature, en avril 2000.

Médi TV⁷

Créée à l'initiative du responsable de la radio Beur FM, Médi TV se présente comme une chaîne de type généraliste, plus particulièrement destinée à la communauté maghrébine. Sa langue sera majoritairement le français ; certaines émissions seront diffusées en arabe et en berbère. Médi TV, dont l'antenne sera ouverte dans un premier temps de 11h50 à minuit, prévoit dans un deuxième temps de diffuser des célébrations religieuses retransmises d'une mosquée française.

Télecture

Télecture, dont le lancement est prévu pour septembre 2001, est consacrée à la présentation et à la lecture de textes littéraires, bibliographiques ou journalistiques en vue notamment de divertir et d'informer les téléspectateurs. Elle diffusera six heures de programmes frais cinq jours par semaine, l'ensemble des émissions étant multidiffusées 24h/24 et 7 jours sur 7.

TMA

TMA (Télévision Musicale Antillaise) propose, à destination des téléspectateurs antillais, une programmation composée de vidéomusiques, appelée à être complétée par des magazines, des concerts et des spectacles, des téléfilms et des séries. Éditée par la Sarl Télévision Musicale Antillaise, elle émettra 21 heures sur 24.

Tropical TV

Promue par la Sarl Média Tropical, déjà titulaire d'une fréquence radio à Paris, Tropical TV se définit comme "une chaîne généraliste identitaire", visant un public afro-doméen, qu'il réside en métropole, dans les Dom ou en Afrique.

Zaléa TV

A l'occasion de la célébration du centenaire de la loi de 1901 sur la liberté d'association, l'association Zaléa TV souhaite proposer « une télévision libre, non marchande et associative ». Elle a par ailleurs fait l'objet d'une autorisation temporaire de diffusion hertzienne analogique sur Paris, pour la période du 20 mars au 20 septembre 2001 (cf. *supra* « Les autorisations temporaires »).

RENOUVELLEMENTS DE CONVENTION

Outre celle de la chaîne enfants **Canal J** (désormais contrôlée à 51% par le groupe Lagardère et à 49% par Groupe Canal+), deux nouvelles conventions ont été négociées par le Conseil avec les services de paiement à la séance **Kiosque** (contrôlé par le groupe Canal+) et avec **Multivision** (contrôlé par TPS) (cf. annexe 20). Lors de ces négociations, le Conseil, ayant constaté que les services précités ne respectaient pas les quotas de diffusion, a longuement étudié avec eux les conditions particulières de leur mode d'exploitation, les incitant à prendre des mesures propres à les mener progressivement au respect de la réglementation en la matière. Toutefois, Multivision s'est refusée à signer sa convention tant que le différend l'opposant à son concurrent en matière d'accès aux œuvres cinématographiques n'était pas tranché par le Conseil de la concurrence.

L'annonce par Canal+, en mars 2001, de la stricte limitation des droits exclusifs pour le paiement à la séance devrait faciliter le règlement de ce dossier.

⁷ Médi TV a été conventionnée le 8 janvier 2001.

SERVICES RADIO CONVENTIONNÉS EN 2000

Chaînes 1, 2, 3 et El Bahdja

Chaîne 1, Chaîne 2, Chaîne 3 et El Bahdja sont quatre radios algériennes éditées par l'« Entreprise Nationale de Radiodiffusion Sonore » (ENRS). Les trois premières ont une programmation généraliste. Elles sont respectivement diffusées en arabe, en berbère et en français. La quatrième est une radio musicale.

Médi 1

Médi 1 est une radio généraliste bilingue (français/arabe) d'information internationale, de service et de divertissement. Elle est diffusée sous la responsabilité éditoriale de la société Radio Méditerranée Internationale, réunissant des partenaires marocains et français, qui détiennent respectivement 51% et 49% du capital.

Radio Junior

Accessible à la fois *via* Internet, TPS et le câble, Radio Junior est un programme radiophonique destiné aux enfants, lancé par les anciens responsables de Superloustic qui a cessé d'émettre en 1992. Son contenu est essentiellement musical (sans animateur), complété par des informations et des magazines. Il est diffusé 24h/24.

SERVICES EUROPÉENS DECLARÉS EN 2000

Le Conseil a appliqué le régime déclaratif pour 15 services (cf. annexe 20). Celui-ci concerne les chaînes relevant de la compétence d'un État de l'Union européenne ou d'un État signataire de l'Accord sur l'espace économique européen qui, outre les pays de l'Union, englobe aussi l'Islande, la Norvège et le Liechtenstein.

Il s'agit des chaînes suivantes :

Avante, Expo, Extreme Sports Channel, Innergy

Edités par UPC Programming BV, filiale du groupe de câblo-distribution UPC, ces services titulaires d'autorisations du Commissariaat voor de Media des Pays-Bas ont respectivement pour thématiques :

- l'aviation, l'espace, les voitures et les bateaux (Avante) ;
- l'architecture, la mode, l'art contemporain, la photographie...(Expo) ;
- les sports dits extrêmes tels que le surf, le snow-board, le roller, le VTT... (Extreme Sports Channel) ;
- la santé, la spiritualité et le développement personnel (Innergy).

Ces services ont vocation à être distribués en France soit en version originale sous-titrée, soit en version doublée.

Disney Channel Grande-Bretagne, Disney Channel Allemagne

Disney Channel Grande-Bretagne et Disney Channel Allemagne, déclinaisons britannique et allemande de Disney Channel France, sont respectivement titulaires d'une autorisation délivrée par l'ITC britannique et par le Bayerische Landeszentrale für neue Medien. Elles sont éditées par les sociétés The Walt Disney Company Limited et Buena Vista Germany GmbH. L'application du régime déclaratif a été sollicitée pour les deux chaînes en vue de leur reprise sur le réseau câblé de Disneyland à Marne-la-Vallée.

Grand Tourisme, No Zap

Éditées par la société luxembourgeoise Canal Europe Audiovisuel, Grand Tourisme et No Zap ont chacune fait l'objet d'une concession délivrée par le grand-duché de Luxembourg. Alors que Grand Tourisme est consacrée à l'automobile, à la moto et aux moyens de transport au sens large, No Zap TV traite pour sa part de l'actualité du cinéma, de la vidéo, de la musique et de la mode. Les deux chaînes sont diffusées sur Astra 1G en canal partagé, de 17h30 à 1h.

H.O.T. Le Grand Magasin

Le Grand Magasin est une chaîne de téléachat bénéficiant, depuis le 28 octobre 1999, d'une autorisation de trois ans délivrée par le gouvernement de la Communauté française de Belgique.

Libertytv.com

Éditée par la société Maastricht Multimedia SA, Libertytv.com est une chaîne consacrée au tourisme. Elle est titulaire d'une concession accordée en décembre 1999 par le grand-duché de Luxembourg.

Music Asia

Titulaire d'une licence délivrée par l'Independent Television Commission britannique depuis le 30 mars 1999, pour une durée de dix ans, Music Asia propose 24 heures sur 24 un programme consacré à la musique asiatique. Elle est éditée par la société Asia TV Limited, filiale de Zee Multimedia Worldwide Limited, elle-même filiale de la société Zee TV Limited. Cette dernière est détenue par Wimpole Holdings dont l'actionnaire principal est le groupe Subbash Chandra. Celui-ci détient notamment Siticable, premier câblo-opérateur indien (au printemps 2000, 4,3 millions de foyers desservis, soit 20% du marché du câble en Inde).

Phoenix CNE

Titulaire d'une licence délivrée par l'Independent Television Commission britannique le 19 mars 1991 pour une durée de dix ans, Phoenix CNE est une chaîne en langue chinoise d'information et de divertissement à destination principale des communautés chinoises en Europe. Émanation de la chaîne Phoenix Chinese Satellite, elle est éditée par la société Phoenix CNE Limited.

Play Jam

Titulaire, depuis le 26 janvier 2000, d'une licence de dix ans délivrée par l'Independent Television Commission britannique, Play Jam est un service de jeux interactifs.

The Money Channel

Titulaire depuis le 27 juillet 1999 d'une licence délivrée par l'Independent Television Commission britannique, The Money Channel fournit aux téléspectateurs des informations concernant tant le fonctionnement des marchés que leur gestion financière quotidienne. Destinés au plus grand nombre, ses programmes se veulent faciles d'accès, éducatifs et aussi distrayants que possible.

Wishline

Wishline est une chaîne de petites annonces à vocation paneuropéenne diffusée en cinq langues (français, anglais, allemand, italien, espagnol). Titulaire, depuis le 30 novembre 1999, d'une concession délivrée par le grand-duché de Luxembourg, elle est éditée par la société Multithématiques Luxembourg, filiale de la société française Multithématiques. Wishline propose, au travers de séquences de 2 à 5 minutes, la vente ou la location de biens et services de luxe : villas, châteaux, voitures de collection, avions, bateaux, etc.

CANAUX LOCAUX CONVENTIONNÉS EN 2000

Au cours de l'année, la télévision de proximité sur les réseaux câblés a connu un développement important. Le Conseil a conventionné 27 nouveaux services contre 11 l'année précédente.

L'affluence des projets s'explique en partie par la tenue des élections municipales en mars 2001 et le souhait des villes d'éviter le lancement de chaînes à la veille du scrutin. La dépendance des services locaux tant du point de vue éditorial que financier à l'égard des municipalités est grande, celles-ci, dans la plupart des cas, les finançant en totalité ou en partie.

De plus, dans 15 cas sur 27, les municipalités assument la responsabilité éditoriale soit directement (dans 11 cas), soit à travers des régies (2) ou encore au sein des syndicats intercommunaux (2). Les autres expériences ont été mises en place par des associations (9) et des sociétés (3), dont deux sociétés d'économie mixte.

A l'exception de la Télévision Marseille Provence dont le responsable éditorial est une société nationale de distribution de programmes audiovisuels et du service d'Istres et communes associées, tous les projets ont déjà vu le jour.

L'implantation géographique de ces nouvelles télévisions est assez comparable à celle observée sur l'ensemble des services existants. La région de l'Est, fortement câblée, concentre plus de la moitié des nouvelles expériences dont 6 sont situées dans le département de la Moselle, 6 dans le Bas-Rhin et 2 dans des communes de la Meurthe-et-Moselle.

La région du Nord/Pas-de-Calais a vu naître trois services, distribués sur les réseaux de Béthune, Brebière et Gravelines. La région Ile-de-France s'enrichit de deux expériences : l'une sur l'agglomération de Cergy-Pontoise, l'autre à Rosny-sous-Bois. Deux autres services ont également vu le jour, l'un à Tarbes et l'autre à Perpignan.

Enfin, six autres services se situent dans les départements suivants : les Alpes-Maritimes (Isola), les Bouches-du-Rhône (Istres et communes associées et Marseille), le Cantal (Aurillac), l'Indre (Châteauroux), l'Isère (Pont-de-Claix) et la Loire-Atlantique (Nantes).

En général, les petites communes soutiennent davantage le développement de la télévision de proximité. Parmi les 25 services en fonctionnement, 17 sont proposés dans des communes de moins de 30 000 habitants, 5 dans des villes moyennes et 3 seulement (Strasbourg, Nantes et Perpignan) dans des villes de plus de 100 000 habitants.

Les disponibilités financières sont généralement en relation avec l'importance de la ville. Le budget annuel se répartit ainsi : pour 16 services il est inférieur à 400 000 F, pour 5 il est compris entre 500 000 F et 1 MF et pour 4 autres entre 1 MF et 2 MF.

Il s'agit donc de canaux de petit format avec une production propre qui ne dépasse guère soixante minutes par semaine, un taux de rediffusion très important et une offre infographique qui occupe l'antenne plusieurs heures par jour. Les émissions vidéo traitent de l'actualité locale sous forme de magazines avec des reportages commentés le plus souvent en voix hors champ. Les informations infographiques sont essentiellement des informations de service accordant une large place aux activités culturelles et sportives ainsi qu'aux offres d'emploi.

Le Conseil a également procédé à la régularisation de deux services existants depuis plusieurs années. Il s'agit d'une part d'Yvelines Première diffusé sur le réseau de Saint-Germain et communes associées dont une association du même nom assure la responsabilité éditoriale et d'autre part du service à caractère éducatif, Cap Canal, diffusé sur les sites de Lyon, de Villeurbanne et communes associées et plus récemment sur ceux de Grenoble et de Meylan.

Enfin, le Conseil a statué favorablement sur le renouvellement des conventions arrivées à terme pour la distribution des services des villes suivantes : Avignon, Andrézieux-Bouthéon, Baccarat, Bruyères, Gamsheim, Grande-Synthe, Hagetmau, Saint-Claude, Sainte-Menehould, Saint-Quentin-en-Yvelines et Ottrott. A cette occasion, il a constaté la pérennité remarquable des services qui permet à certains d'avoir plus de 8 ans d'existence avec des conditions d'exploitation qui restent stables. Bien que leurs ressources ne connaissent pas une augmentation significative, l'évolution des grilles indique néanmoins une diversification des émissions.

Après avoir établi l'état des lieux des services locaux (cf. chapitre IX) et constaté le peu d'émissions de débat et de libre expression sur leurs antennes, le Conseil a souhaité favoriser une plus ample ouverture de leur part aux différents acteurs locaux et mieux préciser les conditions d'une information pluraliste. Pour ce faire, l'assemblée plénière du 12 décembre a décidé d'enrichir la convention type dans trois directions. En premier lieu, le Conseil a intégré dans la convention des dispositions relatives à la déontologie et au pluralisme de l'information et a exigé de la commission d'arbitrage l'élaboration d'un bilan d'activité annuel sur la mise en œuvre des espaces d'expression directe. Ensuite, il a engagé l'éditeur à porter à la connaissance du public concerné le texte de la convention, l'existence des espaces d'expression directe et la composition de la commission d'arbitrage. Enfin, il a demandé que soient ouverts des espaces d'expression directe aux partis politiques représentatifs sur le plan local et non seulement aux associations et aux syndicats, comme c'était précédemment le cas.

Le Conseil a également approuvé la mise en conformité de la convention type avec la loi du 1^{er} août 2000, notamment, en ce qui concerne les sanctions.

Au 31 décembre 2000, le total des services conventionnés se porte à 92 dont 90 en fonctionnement.

3 - Le satellite

La croissance des bouquets numériques diffusés par satellite constatée depuis leur lancement se confirme mais à un rythme moins soutenu que les années précédentes. Au 31 décembre, on comptait plus de 2,6 millions d'abonnés à CanalSatellite et à TPS.

CanalSatellite

Pour CanalSatellite, l'année 2000 s'est traduite par des changements importants. En janvier, la structure de l'actionnariat du bouquet a été modifiée par l'entrée du groupe Lagardère à hauteur de 34% du capital, au côté de Canal+ qui en détient 66%. A la fin de l'année, il comptait 1,6 million d'abonnés confirmant ainsi sa place de leader du marché français de la diffusion numérique par satellite.

Par l'effet de la loi du 1^{er} août 2000, l'offre s'est enrichie des programmes du secteur public. La loi a en effet mis un terme à l'exclusivité dont TPS bénéficiait jusqu'alors. Depuis le mois de septembre, les chaînes publiques sont offertes aux abonnés de CanalSatellite en qualité numérique.

Au 31 décembre, le bouquet offrait plus de 170 chaînes dont une trentaine de chaînes étrangères. Au cours de l'année, il s'était enrichi de 8 chaînes supplémentaires : AlloCiné TV, Motors TV, TV Breizh, Santé Vie, Libertytv.com, France 2 et France 3 ainsi que TiJi, la chaîne des 2 à 7 ans. Il diffuse également près de 50 radios et une vingtaine de services interactifs, dont 14 ont été lancés pour la seule année 2000 : le pari à domicile avec le PMU, la plate-forme CanalSat Banques, le Journal de chez vous, les services du groupe Lagardère et PlayJam, une plate-forme de jeux interactifs.

Comme l'année précédente, le bouquet s'organise autour de deux offres fortes, CanalSatellite Thématique et CanalSatellite Grand Spectacle, auxquelles peuvent s'ajouter des options. L'abonnement permet également l'accès au service de paiement à la séance Kiosque composé de 13 canaux qui proposent des films et du sport en exclusivité.

Créé en avril 1992, il est le premier bouquet européen à réaliser un bénéfice. Son chiffre d'affaires pour l'année est de 4 milliards de francs et son résultat de plus de 700 MF.

TPS

TPS, la Télévision par Satellite, diffuse une offre de 160 chaînes en qualité numérique avec 4 chaînes de cinéma, du football avec le championnat de France de D1, 30 chaînes thématiques, 77 chaînes internationales et 47 radios.

L'offre s'organise autour de : TPS Maxima, TPS Optima, TPS Théma et TPS Cinéma (Cinéstar 1 & 2, Cinétoile et Cinéfaz). De plus, elle propose à ses abonnés une quarantaine de services interactifs : Info Express (AFP Infos, Ciné Live, Sport Express, Sorties Express),

Météo Express, Espace annonces (Recrut, A vendre à louer, La Centrale Interactive), Mon Shopping, Bandiagara avec Ludi TV et Gameplay, TPS le TV Mail, le PMU interactif, le Guide des programmes, les services financiers.

Créé en décembre 1996, le bouquet enregistrait 345 000 abonnés au 31 décembre 1997, 615 000 au 31 décembre 1998, 820 000 au 31 décembre 1999. Le cap du million d'abonnés a été franchi le 31 décembre 2000, soit une progression de 180 000 abonnés.

ABsat

ABsat poursuit sa stratégie commerciale principalement autour d'options spécifiques (nommées « Passion ou Découverte ») regroupant cinq chaînes disponibles sur TPS, CanalSatellite et le câble. Dans le cadre d'accords spécifiques, ce sont CanalSatellite et TPS qui sont chargés de la commercialisation et la gestion des abonnés dont le marché était évalué à près de 450 000 fin 2000.

Le bouquet en réception directe du groupe AB, dont le nombre d'abonnés se situe autour de 25 000, diffuse 17 chaînes regroupées en deux offres : « AB 2000 » et « Tout AB » qui se distingue de la première par l'ajout des chaînes cinéma.

Enfin, commercialisées séparément (dans les basiques, les options ou dans les offres « à la carte » auprès des principaux distributeurs câble et satellite), les chaînes du groupe AB, y compris RTL 9, dénombraient, à la fin de l'année 2000, près de 16,7 millions d'abonnements cumulés.

4 - Les radios

La défense d'un paysage radiophonique pluraliste et diversifié est l'une des missions essentielles du Conseil. C'est la raison pour laquelle il a été particulièrement attentif aux changements introduits par la loi du 1^{er} août 2000 sur les procédures applicables au secteur radiophonique. De nouveaux critères ont été ajoutés à l'article 29 de la loi du 30 septembre 1986 modifiée qui doivent désormais être pris en compte dans le cadre des appels aux candidatures.

Le Conseil doit en effet réserver une part suffisante de fréquences pour les radios associatives qui accomplissent une mission sociale de proximité, mais également veiller à assurer un juste équilibre entre les réseaux nationaux et les services locaux, régionaux ou thématiques indépendants et, enfin, permettre au public de bénéficier de services dont les programmes contribuent à l'information politique et générale.

Par ailleurs, la loi du 1^{er} août 2000 a complété la liste des motifs qui permettent au Conseil de ne pas recourir à la procédure de reconduction hors appel aux candidatures d'une autorisation. Le refus peut notamment être justifié si la situation financière du titulaire l'empêche de poursuivre l'exploitation de sa radio dans des conditions satisfaisantes ou si le service ne remplit plus les critères propres à la catégorie pour laquelle l'autorisation a été délivrée. Les précisions apportées aux articles 28-1 et 29 de la loi du 30 septembre 1986 modifiée ont été prises en considération dès l'automne 2000 lors de lancements d'appels aux candidatures ou de l'examen de la reconduction des autorisations.

Les radios en métropole⁸

APPELS AUX CANDIDATURES

L'année 2000 a vu l'aboutissement de 3 appels aux candidatures dans le ressort des CTR de Bordeaux, Nancy et Toulouse, permettant au total la délivrance d'autorisations à 44 opérateurs pour 118 fréquences dont :

- 14 opérateurs de catégorie A sur 29 fréquences ;
- 10 opérateurs en catégorie B sur 32 fréquences ;
- 6 opérateurs en catégorie C sur 18 fréquences ;
- 11 opérateurs en catégorie D sur 32 fréquences ;
- 3 opérateurs en catégorie E sur 7 fréquences.

Les appels lancés dans le ressort des CTR de Rennes et de Paris ont abouti à la présélection de 34 opérateurs pour 70 fréquences à Rennes et de 13 opérateurs sur 11 fréquences et demie à Paris. Les autorisations seront délivrées au cours de l'année 2001.

Des appels ont été également lancés et sont en cours dans le ressort des CTR de Dijon, Clermont-Ferrand, Lyon, Nancy et Toulouse.

⁸ En annexe 22-1 : « Bilan des autorisations délivrées en 2000 » ; « Nombres d'opérateurs et de fréquences par CTR et par catégorie au 31 janvier 2001 » ; « Caducités et abrogations d'autorisation prononcées en 2000 ».

CTR de Bordeaux

Un appel aux candidatures avait été lancé par décision du 11 mai 1999, concernant 7 zones : Angoulême et Confolens (16), Jonzac, île d'Oléron et Montendre (17), Saint-Jean-Pied-de-Port (64).

34 candidats ont été admis à concourir par décision du 27 juillet 1999 : 6 en catégorie A, 12 en catégorie B, 2 en catégorie C, 13 en catégorie D et 1 en catégorie E, sollicitant au total 71 fréquences.

Le plan de fréquences, adopté par décision du 11 janvier 2000, comprenait 13 fréquences.

Le Conseil a présélectionné, lors de son assemblée plénière du 2 mai 2000, 12 candidats sur 13 fréquences : 1 de catégorie A sur 1 fréquence, 5 de catégorie B sur 6 fréquences, 1 de catégorie C sur 1 fréquence, 4 de catégorie D sur 4 fréquences, 1 de catégorie E sur 1 fréquence.

Les 12 opérateurs ont été autorisés par décision du 6 novembre 2000. Les autorisations sont parues au Journal officiel du 11 janvier 2001.

Par ailleurs, le Conseil a autorisé, lors de sa séance du 26 juillet, l'association Comité départemental du tourisme de Charente-Maritime à utiliser des fréquences dans la bande d'ondes décimétriques des 26 MHz, comprises entre 25,70 MHz et 26,10 MHz, pour diffuser un programme d'informations touristiques et culturelles sur 37 sites géographiques limités à ce département (17). Il s'agissait du seul candidat à s'être présenté à cet appel qui avait été lancé le 1^{er} juin 1999.

CTR de Dijon

Un appel aux candidatures partiel a été lancé par décision du 9 octobre sur 25 zones. Il était réservé à certaines catégories en fonction du paysage radiophonique existant. Il concerne : Arnay-le-Duc, Dijon, Genlis, Semur-en-Auxois (21) ; Besançon, Déservillers, Montbéliard, Ornans (25) ; Lons-le-Saunier, Saint-Claude (39) ; Dornes, Nevers, Saint-Honoré-les-Bains (58) ; Ronchamp (70) ; Autun, Chalon-sur-Saône, Le Creusot, Digoïn, Charolles, Mâcon, Gueugnon (71) ; Auxerre, Avallon, Cravant, Tonnerre (89) ; Belfort (90).

CTR de Lyon

Un appel aux candidatures partiel a été lancé par décision du 9 octobre 2000 sur 5 zones : Grenoble et La Mure (38), Bisanne (73), La Clusaz (74) et Valence (26).

34 candidats ont été admis à concourir par décision du 4 janvier 2001 : 2 en catégorie A, 10 en catégorie B, 5 en catégorie C et 2 en catégorie E.

CTR de Nancy

Un appel partiel avait été lancé le 11 mai 1999 en Alsace et en Lorraine, à Obernai, Metz et Bitche.

Sur 31 candidats admis à concourir par décision du 27 juillet 1999 (6 en catégorie A, 14 en catégorie B et 11 en catégorie D), le Conseil avait présélectionné, le 29 novembre 1999, 2 opérateurs de catégorie B à Metz et à Obernai et 1 opérateur de catégorie A à Bitche.

Après agrément des sites et approbation de leurs conventions, ces trois radios ont été autorisées par décision du 10 avril 2000.

Un nouvel appel partiel a été lancé en Lorraine, par décision du 27 juin 2000, pour Thionville, Neufchâteau et Épinal.

Par décision du 24 octobre 2000, 24 candidats ont été admis à concourir : 3 en catégorie A, 3 en catégorie B, 4 en catégorie C, 11 en catégorie D et 3 en catégorie E. Ces candidats sollicitaient au total 41 fréquences.

Le plan de fréquences a été adopté par décision du 4 janvier 2001 et comprend 3 fréquences, 1 pour chacune des zones ouvertes.

CTR de Paris

Par délibération du 26 avril, un appel partiel a été lancé en région Ile-de-France sur 9 zones : Paris (75), La Ferté-sous-Jouarre, Meaux, Nemours et Melun (77), Étampes (91), Rambouillet, Trappes et Mantes-la-Jolie (78).

Par décision du 26 juillet 2000, 69 candidats ont été déclarés recevables : 29 en catégorie A, 35 en catégorie B et 5 en catégorie D.

L'ensemble de ces candidats sollicitait 211 fréquences.

Le plan de fréquences adopté le 24 octobre comportait 12 fréquences : 3 à Paris, 2 à Mantes-la-Jolie et 1 fréquence sur chacune des autres zones.

La présélection a été établie lors de l'assemblée plénière du 4 janvier 2001, et, suite au désistement d'un candidat présélectionné, complétée à la plénière du 9 janvier 2001.

Ont été présélectionnés 8 opérateurs de catégorie A sur 5 fréquences et demie, Radio Néo devant partager sa fréquence avec Radio Ici et Maintenant, et deux radios se partageant une même fréquence à Mantes-la-Jolie et à Trappes. Parmi ces 8 projets, 6 sont nouveaux.

Ont également été présélectionnées 3 radios de catégorie B sur 4 fréquences, dont 1 projet nouveau, et deux radios de catégorie D sur 2 fréquences.

Ces radios pourront être autorisées après agrément des sites et approbation des conventions qu'elles doivent signer avec le Conseil.

CTR de Rennes

Par décision du 5 octobre 1998, le Conseil avait lancé un appel aux candidatures, ouvert sur toutes les zones et à toutes les catégories.

Par décision du 8 décembre 1998, 81 candidats avaient été déclarés recevables : 36 en catégorie A, 18 en catégorie B, 7 en catégorie C, 17 en catégorie D et 3 en catégorie E.

L'ensemble de ces candidats sollicitait 312 fréquences réparties sur 56 zones géographiques.

Le plan de fréquences a été adopté par décision du 21 mars 2000. Il comportait 73 fréquences sur 55 zones. 4 provenaient de restitutions de radios privées, 16 de réaménagements d'émetteurs de Radio France, 2 de restitutions par Radio France de fréquences non utilisées, le reste de la recherche en haut de bande.

Le Conseil a arrêté sa présélection le 26 juillet, modifiée sur une zone le 19 septembre. 38 opérateurs ont été autorisés sur 70 fréquences : 18 en catégorie A sur 21 fréquences, dont 10 nouveaux projets ; 7 en catégorie B sur 11 fréquences, dont 2 nouveaux projets ; 3 en catégorie C sur 4 fréquences ; 8 en catégorie D sur 27 fréquences et 2 en catégorie E sur 7 fréquences.

2 fréquences ont été attribuées à Radio France à Brest et à Rennes.

Après négociation des conventions et agrément des sites, les décisions d'autorisation ont commencé à être prises en janvier 2001.

CTR de Toulouse

Région Midi-Pyrénées

Suite à l'appel lancé le 22 septembre 1998 sur toutes les zones et ouvert à toutes les catégories, 64 candidats avaient été admis à concourir (23 A, 12 B, 9 C, 17 D et 3 E) sollicitant 297 fréquences.

Le plan de fréquences adopté par décision du 12 octobre 1999 comportait 104 fréquences sur 56 zones.

La présélection a été arrêtée le 1^{er} février et modifiée les 18 avril et 16 mai suite à des renonciations.

Après agrément des sites et approbation des conventions, ce sont au total 34 opérateurs qui ont été autorisés sur 102 fréquences par décisions des 13 juin, 27 juin et 6 novembre : 12 en catégorie A sur 27 fréquences dont 3 nouveaux projets ; 4 en catégorie B sur 24 fréquences, dont 1 nouveau projet ; 5 en catégorie C sur 17 fréquences ; 10 en catégorie D sur 28 fréquences et 3 en catégorie E sur 6 fréquences.

Région Languedoc-Roussillon

Un appel partiel a été lancé, par décision du 19 septembre, pour un petit nombre de fréquences sur l'ensemble de la région, ouvert à toutes les catégories.

78 dossiers ont été jugés recevables par décision du 5 décembre : 29 en catégorie A, 17 en catégorie B, 12 en catégorie C, 18 en catégorie D et 3 en catégorie E.

RECONDUCTIONS D'AUTORISATIONS

La loi du 1^{er} août 2000 a modifié l'article 28-1 de la loi du 30 septembre 1986 en introduisant de nouveaux critères pour la reconduction hors appel aux candidatures d'une autorisation (cf. *supra*).

Depuis, le Conseil n'a pas reconduit les opérateurs de catégorie A dont les ressources publicitaires dépassaient le plafond de 20% de leur chiffre d'affaires, critère de l'éligibilité au Fonds de soutien à l'expression radiophonique, ou les opérateurs de catégorie C qui ne diffusaient plus de programme d'intérêt local.

Par ailleurs, pour permettre au Conseil d'examiner en toute connaissance de cause les dossiers des radios susceptibles d'être reconduites hors appel, une nouvelle procédure a été mise en place. Elle associe plus étroitement les CTR qui établissent, quinze mois avant le terme, un bilan de toutes les autorisations concernées.

CTR de Caen

Par décision du 6 juin, le Conseil a statué sur la possibilité de reconduire hors appel aux candidatures les autorisations des radios dont le terme était fixé au 9 juillet 2001. Cela concernait 67 opérateurs sur 181 fréquences. Pour certains, il s'agissait de la première reconduction et pour d'autres de la seconde et dernière reconduction.

Deux opérateurs (Radio Douce France en catégorie A à Chartres et Fun Évreux en catégorie C à Évreux) ont renoncé à cette possibilité, souhaitant proposer un nouveau projet dans le cadre de l'appel aux candidatures qui sera lancé en 2001 dans le ressort du CTR de Caen.

En définitive, ce sont 65 opérateurs (25 A, 10 B, 20 C, 7 D et 3 E) qui ont été reconduits hors appel aux candidatures avant le 9 janvier 2001, soit 6 mois avant le terme de leurs autorisations.

CTR de Dijon

Par décision du 5 janvier 2000, le Conseil a statué favorablement sur la possibilité de reconduire hors appel aux candidatures 80 opérateurs sur 174 fréquences dont les autorisations venaient à terme le 16 janvier 2001.

Deux opérateurs de catégorie A (Radio Top Héricourt et Radio Villages) n'ont pas été reconduits car l'un n'a jamais renvoyé son projet de convention et l'autre a renoncé à sa reconduction.

3 opérateurs ont choisi de renoncer à la reconduction pour présenter un nouveau projet dans le cadre de l'appel lancé le 9 octobre :

- Radio Triage (catégorie B) à Auxerre ;
- Chérie FM (catégorie C) à Charolles ;
- Skyrock (catégorie C) à Dijon et à Besançon.

Ont été reconduits, 6 mois avant l'expiration de leurs autorisations, 75 opérateurs sur 164 fréquences (36 A, 8 B, 20 C, 8 D et 3 E).

CTR de Lyon

Le 5 janvier, le Conseil a statué sur la possibilité de reconduire hors appel aux candidatures les autorisations de 152 opérateurs sur 443 fréquences.

3 opérateurs ont renoncé à la reconduction d'une de leurs fréquences (RCF Isère en A à la Mure – 38, Radio Mont-Blanc en B à La Clusaz – 74, Radio Cristal Europe 2 à Bisanne – 73).

Pour sa part, Belledonne FM, en A à Grenoble, a renoncé à sa reconduction pour présenter un nouveau projet dans le cadre de l'appel lancé le 9 octobre.

Tous les autres opérateurs ont été reconduits, après agrément de leur convention par le Conseil, soit 150 opérateurs sur 439 fréquences, dont 67 A sur 118 fréquences, 19 B sur 70 fréquences, 49 C sur 88 fréquences, 12 D sur 105 fréquences et 3 E sur 58 fréquences.

CTR de Marseille

Corse

Par décisions des 18 et 26 avril 2000, 3 radios ont été reconduites hors appel aux candidatures pour cinq ans à compter du 15 novembre 2000 : 1 en catégorie A et 2 en catégorie C, chacune sur une fréquence.

Région Provence-Alpes-Côte d'Azur

93 radios sur 254 fréquences se voient accorder, par décision du 1^{er} février, la possibilité de reconduction hors appel aux candidatures.

Au cours du délai de négociation, une association est déclarée en liquidation judiciaire (Carami FM).

Trois radios renoncent à la reconduction (Radio Sainte-Baume, Radio Contact Azur et NRJ en D à Toulon) pour postuler avec un nouveau projet à l'appel lancé le 6 février 2001.

Ce sont donc finalement 89 opérateurs sur 243 fréquences qui seront reconduits : 35 A sur 55 fréquences, 11 B sur 25 fréquences, 30 C sur 51 fréquences, 10 D sur 70 fréquences et 3 E sur 42 fréquences.

CTR de Nancy

Région Alsace-Lorraine

80 opérateurs avaient été jugés reconductibles le 21 septembre 1999.

Un opérateur de catégorie A, Radio Beffroi, n'a pas été reconduit.

Les autorisations de 79 opérateurs qui arrivaient à échéance le 27 septembre ont été reconduites pour 5 ans, concernant 33 A, 8 B, 27 C, 9 D et 2 E.

Région Champagne-Ardenne

33 autorisations qui concernent 16 A, 4 B, 6 C, 4 D et qui expirent le 5 mars 2001 ont été admises au bénéfice de la reconduction le 29 février 2000.

L'association Radio Val-de-Meuse a renoncé à la reconduction pour présenter un autre projet lors du prochain appel.

32 autorisations ont été reconduites pour 67 fréquences.

Une autre série de 21 autorisations (5 A, 5 C, 9 D et 2 E sur 38 fréquences) arrivant à échéance le 6 novembre 2001 ont été jugées reconductibles le 24 octobre.

Conformément aux nouvelles dispositions de l'article 28-1 de la loi, le Conseil n'a pas pu engager la procédure de reconduction pour une radio de catégorie A, Radio locale du Barsuraubois, qui n'était pas éligible au Fonds de soutien à l'expression radiophonique car elle dépassait le plafond de 20% de ressources publicitaires et ne remplissait donc plus les critères propres à la catégorie pour laquelle l'autorisation avait été accordée.

CTR de Paris

Le Conseil, par décision du 19 septembre, a décidé, conformément aux nouvelles dispositions de l'article 28-1 de la loi, de ne pas recourir à la procédure de reconduction hors appel aux candidatures pour la SARL Media Radio (M FM Beauvais) dont l'autorisation venait à échéance le 4 octobre 2001, au motif que le service ne remplissait plus les critères propres à la catégorie pour laquelle l'autorisation avait été accordée. En effet, autorisée en catégorie C, dont la caractéristique est la diffusion quotidienne d'un programme d'intérêt local d'au moins trois heures hors publicité, celle-ci avait renoncé à la diffusion d'un programme d'intérêt local et reprenait intégralement le programme M FM national.

CTR de Poitiers

Sur 45 opérateurs admis au bénéfice de la reconduction, le 13 juin, 43 ont été reconduits sur 131 fréquences (19 A sur 36 fréquences, 8 B sur 31 fréquences, 6 C sur 8 fréquences, 7 D sur 36 fréquences, 3 E sur 20 fréquences).

N'ont pas été reconduites Skyrock Niort en C qui a renoncé à la reconduction et Gâtine FM pour modifications substantielles des données au vu desquelles elle avait été autorisée.

AUTORISATIONS TEMPORAIRES

Le nombre de demandes d'autorisations temporaires a légèrement décru en 2000 : 287 contre 306 en 1999, 330 en 1998 et 367 en 1997 (cf. annexe 22-2).

Il est resté à peu près stable ou un peu moindre dans la plupart des CTR, sauf dans le CTR de Rennes où il a de nouveau augmenté, avec 93 demandes, soit 32% de la totalité des demandes en métropole. 90% de ces demandes, soit 258, ont été acceptées.

Les motifs de refus sont l'absence de fréquence dans la zone demandée, le fait que la demande émane d'un opérateur candidat dans le cadre d'un appel aux candidatures en

cours sur la zone, ce qui romprait l'égalité de traitement entre les candidats, le fait que la demande ne corresponde pas à un projet temporaire pour un événement exceptionnel mais relève d'un appel aux candidatures, ou le fait que la demande aurait pour effet de ponctionner le marché publicitaire à un moment favorable (événement commerciale, période touristique...) au préjudice de radios déjà autorisées.

RADIOS DE CATÉGORIE A

L'attachement du Conseil à la catégorie A s'est vérifié, une nouvelle fois en 2000, puisque 40 opérateurs associatifs éligibles au Fonds de soutien à l'expression radiophonique ont été présélectionnés ou autorisés sur 55 fréquences et demie, dont 19 projets nouveaux.

Il veille également à ce que les opérateurs bénéficiant déjà d'une autorisation assurent l'exploitation de leur service dans le respect des critères qui définissent la catégorie A. Cette exigence s'exerce en particulier au moment des reconductions, mais également tout au long de l'existence de l'autorisation.

A cet égard, une attention de plus en plus grande est portée aux programmes de complément auxquels les radios A peuvent avoir recours afin d'étoffer leurs émissions locales. Traditionnellement, ces radios peuvent utiliser les émissions de banques de programmes non identifiés si le programme d'intérêt local est, au minimum, d'une durée de quatre heures par jour. Les demandes en ce sens ont cependant tendance à se raréfier puisque seulement quatre projets d'abonnement à la banque Sophia ou à l'AFP Audio ont été examinés au cours de l'année 2000.

En effet, la tendance observée les années précédentes s'est confirmée une nouvelle fois : les radios A abandonnent de plus en plus la reprise de programmes musicaux destinés à compléter l'antenne, par exemple, pendant la nuit. Elles assurent désormais elles-mêmes la réalisation de la programmation musicale et recherchent davantage chez des prestataires extérieurs des modules d'information ou à caractère culturel destinés à enrichir leurs grilles locales.

22 demandes de ce type ont été traitées en 2000. Elles portaient soit sur des bulletins d'information, soit sur des chroniques fournies par RFI ou RFO, ainsi que par des producteurs indépendants. Dans ce dernier cas, le Conseil n'a donné son accord que pour des reprises en faveur de modules qui n'étaient pas accompagnés de messages à caractère publicitaire ou de parrainage.

De même, il s'est opposé à des demandes de programmes identifiés en provenance de RFI ou de RFO lorsque la reprise portait sur des durées trop importantes, comme par exemple toute la nuit, car de telles diffusions ne seraient pas conformes à la définition de la catégorie A. En revanche, le rapprochement entre radios A a toujours été favorisé. Celles-ci peuvent même constituer des réseaux. C'est ainsi qu'en 2000, deux radios autorisées dans le CTR de Toulouse ont pu rejoindre le réseau confessionnel RCF.

Bien évidemment, le Conseil ne peut que rejeter les demandes qui viendraient modifier les modalités de financement, de façon à transformer une radio A en service commercial. C'est la raison pour laquelle il fait preuve d'une grande prudence lorsqu'une radio sollicite la possibilité d'introduire, ou d'augmenter, des écrans publicitaires dans ses émissions. Il s'assure alors que leur durée reste dans des limites raisonnables et que les ressources susceptibles d'être tirées de ces messages ne dépasseront pas la règle des 20% du chiffre d'affaires, au-delà desquels l'opérateur ne peut plus prétendre aux subventions du Fonds de soutien à l'expression radiophonique.

Par contre, il rejette toute demande de passage de A en B. Il a été saisi d'une demande en ce sens par une radio autorisée dans le ressort du CTR de Lille. Conformément à la politique qu'il a toujours appliquée, et rejoint en cela par la jurisprudence du Conseil d'État, il a opposé un refus à cette demande au motif que le changement de catégorie constitue une modification substantielle des données au vu desquelles l'autorisation a été délivrée. L'opérateur a été invité à restituer sa fréquence.

RADIOS DE CATÉGORIE B

L'année 2000 a permis de mettre en évidence les attentes des radios commerciales indépendantes soucieuses de préserver leur place vis-à-vis des opérateurs C, notamment dans l'accès au marché publicitaire local. Depuis de nombreuses années, certaines d'entre elles se sont déjà regroupées pour créer une structure chargée de collecter la publicité nationale. La recherche de formats novateurs, à l'adresse de nouveaux publics, et la volonté de faire preuve d'un plus grand professionnalisme dans la fabrication des programmes leur ont permis de relever leurs scores d'audience face aux réseaux nationaux.

En réalité, la catégorie B est marquée par une grande diversité, ce qui constitue à la fois sa force et sa faiblesse.

Sa richesse tient au fait qu'on y retrouve, à la fois, des petits opérateurs locaux qui jouent un rôle essentiel pour l'expression de proximité, mais aussi des radios thématiques couvrant parfois plusieurs départements. C'est grâce à cette variété des acteurs que la catégorie B participe pleinement au pluralisme du paysage radiophonique français.

Cette hétérogénéité est, dans le même temps, l'une de ses faiblesses car nombre de radios ne disposent pas de structures et d'une assise financière suffisamment solides pour pouvoir résister de façon efficace à la pression de la concurrence. C'est la raison pour laquelle on assiste à des mouvements de rapprochement entre radios B qui prennent la forme soit d'accords de programmation, soit de prises de participations au sein du capital de sociétés titulaires.

Le Conseil a été saisi de plusieurs demandes en ce sens auxquelles il a réservé des réponses différentes selon les dossiers examinés.

Il a, par exemple donné son agrément à la reprise du capital de la société Ondes Dauphiné Savoie qui exploite ODS dans les départements de l'Ain, de la Savoie et de la Haute-Savoie, dans la mesure où la présence des nouveaux associés n'était pas de nature à nuire au pluralisme et à la diversité des opérateurs autorisés dans la région Rhône-Alpes. En outre, des engagements avaient été pris par les nouveaux actionnaires de respecter scrupuleusement la grille de programmes.

En revanche, il s'est opposé, le 6 novembre, au projet de cession du capital des sociétés qui exploitent Alpes 1 au profit de la société RTV Multicom, filiale du groupe LV & Co. En effet, cette opération aurait permis à un groupe national de prendre le contrôle d'une radio locale indépendante de nature commerciale, alors même que des engagements de maintien du programme local auraient été pris. La position du Conseil a toujours été de refuser l'entrée de réseaux dans le capital des opérateurs de catégorie B.

RÉSEAUX THÉMATIQUES ET RADIOS GÉNÉRALISTES⁹

De nouvelles restructurations ont conduit à une recomposition, au demeurant limitée, des réseaux thématiques et généralistes. NRJ Group a ainsi achevé l'intégration de Nostalgie dans son périmètre alors que, de leur côté, LV & Co et DI Group ont entrepris de se rapprocher. C'est cependant la reprise de RMC qui restera l'événement marquant de l'année (cf. *infra*). Ces réorganisations au sein du capital de sociétés qui exploitent des radios autorisées dans les catégories D ou E n'ont cependant pas eu pour effet de remettre en cause les engagements qui avaient été pris en matière de programmes.

Durant l'année, le Conseil a approuvé 15 nouvelles conventions, applicables aux réseaux nationaux, à l'occasion de la reconduction de leurs autorisations. Les services suivants étaient concernés :

Nom du service	Date d'approbation de la convention
BFM	26 avril
Radio Classique	26 avril
Skyrock	16 mai
M FM	4 juillet
RFM	11 juillet
NRJ	11 juillet
Nostalgie	11 juillet
Rire et Chansons	11 juillet
Europe 1	11 juillet
RTL	11 juillet
RTL 2	11 juillet
RMC	11 juillet
Fun Radio	25 juillet
Chérie FM	25 juillet
Europe 2	19 décembre

Le Conseil a veillé à ce que les engagements restent conformes à ceux qui avaient auparavant fait l'objet d'un agrément. Ces nouvelles conventions conclues avec les radios généralistes et la majeure partie des réseaux thématiques serviront de référence pour toutes les autorisations qui leur seront délivrées pendant les cinq prochaines années.

MODIFICATIONS DE CAPITAL

RMC

Le projet présenté par NRJ Group

A la suite de la cession, en 1998, des intérêts détenus par la Sofirad au sein du groupe RMC, Sud Communication avait procédé à l'acquisition de 83,33% du capital de la société Radio Monte-Carlo.

Le 6 juillet, le Conseil a été saisi d'un accord conclu entre Sud Communication et NRJ Group par lequel ce dernier reprendrait les 83,33% du capital de Radio Monte-Carlo, le reste du capital, soit 16,7%, restant la propriété de la principauté de Monaco.

⁹ En annexe 22 : les tableaux des populations desservies par les radios privées de catégories C et D ainsi que par celles des groupes NRJ, Lagardère et CLT.

Le Conseil a alors entrepris une évaluation de la couverture géographique assurée par le groupe NRJ et par RMC en prenant en considération la situation arrêtée au 31 juillet 2000 (c'est-à-dire incluant les résultats du dernier recensement). A l'issue de ces calculs, il est apparu que la population couverte par les quatre réseaux du groupe NRJ était de 133,8 millions d'habitants alors que, de son côté, la desserte potentielle de RMC était de 32,4 millions de personnes. Dans ces conditions, la prise de contrôle de RMC par NRJ aurait conduit à conférer une couverture de 166,2 millions d'habitants à ce groupe, soit plus de 16 millions au-delà du seuil fixé par le premier alinéa de l'article 41 de la loi du 30 septembre 1986 modifiée.

Le groupe NRJ a réfléchi à différentes solutions susceptibles de permettre à l'opération de se réaliser et qui ont finalement été abandonnées. Dès lors, il a fait savoir au Conseil qu'il renonçait à son projet.

La reprise par Nextradio

A la suite du retrait de NRJ Group, une nouvelle offre a été présentée au Conseil par la société Nextradio qui se substituait ainsi à l'ancien repreneur dans l'acquisition de 83,33% du capital de Radio Monte-Carlo.

Nextradio est une société anonyme de droit français, dont le capital est réparti entre M. Alain Weill pour 35% et Alpha Radio BV pour le reste. Le capital d'Alpha Radio BV, quant à lui, est détenu par des fonds d'investissement et, plus particulièrement par Alcor Cilp, *limited partnership* de droit anglais.

Le Conseil a donné son accord à ce plan de reprise après s'être assuré qu'aucune société non-européenne, au sens du second alinéa de l'article 40 de la loi du 30 septembre 1986 modifiée, ne contrôlait, directement ou indirectement, le capital de RMC.

Il a également pris en considération les engagements des repreneurs de maintenir le format de la station qui, en tant que radio généraliste, participe au pluralisme de l'information.

Enfin, le Conseil a accordé une attention particulière à l'assurance donnée par M. Alain Weill de rompre tous les liens qu'il entretenait avec NRJ Group.

Nostalgie

A la suite de la réorganisation de son capital, Radio Monte-Carlo a, à son tour, procédé à la cession des 20% qu'elle possédait au sein de Radio Nostalgie SA, au profit de NRJ Group.

Le Conseil a décidé de ne pas s'opposer à cette opération qui permet à NRJ Group d'achever la consolidation de Radio Nostalgie dans son périmètre, par le contrôle de la totalité du capital de cette dernière.

Groupe Orbus

Le 24 mai, le CSA a donné son aval à la restructuration du capital Orbus, détenu à hauteur de 80% par Morgan Grenfell Private Equity.

Une société, dénommée Tamago, a été créée pour jouer le rôle d'intermédiaire entre le groupe Orbus et son principal actionnaire.

Le Conseil a considéré que le montage ainsi élaboré n'affectait ni le contrôle, ni l'actionnariat des sociétés Vortex et Canal 9 chargées, respectivement, d'exploiter Skyrock et Chante France.

LV & Co

Le groupe LV & Co a procédé, à la fin de l'année, à une modification de son tour de table afin de permettre l'entrée, à hauteur de 33,33%, de la société D2I, filiale de DI Group qui est lui-même une filiale de LVMH.

Cette opération n'a pas provoqué d'opposition de la part du Conseil dans la mesure où elle ne remettait pas en cause les données au vu desquelles M FM et Voltage, deux services radiophoniques exploitées par la société LV & Co, avaient été autorisés.

Les modifications de capital des radios de catégorie C

A côté des transformations relatives au capital des sociétés titulaires d'autorisations en D ou E, le Conseil a également été appelé à se prononcer, comme chaque année, sur des modifications apportées aux personnes morales disposant d'autorisations en catégorie C.

Soixante dossiers ont été traités, essentiellement présentés par des sociétés locales des groupes Europe 1 Communication et RTL Group pour lesquelles une prise de contrôle à 100% du capital pour la tête de réseau était sollicitée. Seules deux demandes émanaient du groupe NRJ qui, semble-t-il, a achevé la réorganisation des structures locales qui dépendent de ses différents réseaux thématiques.

Ces dossiers se répartissent de la manière suivante :

NRJ Group (2) ; Groupe Europe Communication (30); RTL Group (20) ; Skyrock (8).

Le Conseil a par ailleurs procédé à un examen de la situation des opérateurs C, par rapport à leur tête de réseau, à la fin de l'année 2000.

SITUATION DES TITULAIRES D'AUTORISATIONS EN C

Réseau	NRJ Group	Europe 1 Communication	RTL Group	Skyrock	M FM	Beur FM	Classique	Total opérateurs
Associations indépendantes	15	14	1	0	0	0	0	30
Associations contrôlées	1	1	0	0	0	2	0	4
Sociétés indépendantes	12	16	5	0	0	0	0	33
Sociétés avec une participation minoritaire du réseau	19	22	6	10	0	0	0	57
Sociétés contrôlées (50% et +) par le réseau	92	86	32	19	10	0	1	240
TOTAL	139	139	44	29	10	2	1	364

Ainsi, 364 personnes morales différentes sont titulaires d'autorisations en catégorie C. Les têtes de réseaux disposent d'une participation dans plus de 80% des sociétés qui, elles-mêmes, sont contrôlées pour 240 d'entre elles. Ces chiffres, à eux seuls, confirment une tendance observée depuis longtemps selon laquelle les réseaux thématiques ont peu à peu filialisé les structures chargées de leur exploitation locale.

En effet, moins de 10% des sociétés sont désormais indépendantes du réseau diffusé, du moins par le biais du capital, car les contrats de fourniture de programmes comportent souvent des clauses, pénales ou autres, qui ont pour effet de limiter de façon considérable la possibilité pour un opérateur local de changer de réseau.

La forme associative est aujourd'hui minoritaire puisque seulement 34 associations sont autorisées, soit 9% du total. Cependant, celles-ci restent dans 88% des cas, en dehors du contrôle de la tête de réseau.

D'une façon générale, les structures indépendantes concernent des radios qui, auparavant, étaient abonnées aux programmes d'Europe 2 et de Chérie FM. Elles sont, par ailleurs, essentiellement regroupées dans le ressort des comités techniques radiophoniques de Lyon et de Toulouse où l'on retrouve pour Lyon, 11 associations et 10 sociétés indépendantes pour 45 titulaires, et pour Toulouse, 8 associations et 7 sociétés indépendantes pour 52 titulaires.

CHANGEMENTS DE PROGRAMME

Le contrôle désormais exercé par les réseaux sur les opérateurs locaux explique, pour une large part, le fait que les demandes de changement de programme sont aujourd'hui épisodiques. Le Conseil n'a eu à traiter qu'un seul dossier de ce type dans l'année. Il visait à substituer Nostalgie à Chérie FM dans la zone de Morzine (74), deux réseaux qui, au demeurant, relèvent du même groupe. Le Conseil a donné son accord à cette opération dans la mesure où elle n'était pas de nature à porter atteinte à la diversité des formats présents dans la zone.

Le Conseil a également été saisi, comme les années précédentes, de demandes d'harmonisation du programme local diffusé par les opérateurs C d'un même réseau. De tels projets ont notamment été présentés par les radios C du réseau Nostalgie qui ont obtenu l'accord du CSA pour diffuser un programme d'intérêt local de 3 h 12 minutes en semaine (dont 27 minutes d'information) et de 3 h 08 minutes le samedi et le dimanche.

Cette démarche a également été faite pour le programme local des opérateurs NRJ présents dans les zones de Lyon, Grenoble, Saint-Étienne, Marseille, Lille, Bordeaux, Nantes, Rennes, Annemasse et Nice où, notamment, les journaux locaux diffusés en semaine sont enrichis de reportages sonores.

De même, les demandes de réorganisation du programme local de différents opérateurs MFM ont été agréées par le Conseil dès lors que les propositions avancées n'étaient pas de nature à remettre en cause la durée des informations et des rubriques locales. C'est cependant en raison de la diminution de la présence de ces rubriques locales, par rapport à la convention conclue, que le Conseil a refusé, le 17 octobre, le nouveau projet de programme local présenté par la SARL Sud Loire qui diffuse M FM à Nantes.

Enfin, le Conseil a attaché une attention particulière aux accords de programmation conclus entre des opérateurs C d'un même réseau qu'il a examinés, en particulier, lors de la reconduction des autorisations. De tels accords ont été agréés lorsqu'ils ne portaient que sur la partie musicale du programme local et que la diffusion de rubriques spécifiques à chacun des opérateurs concernés était préservée. En revanche, il a opposé un refus aux demandes qui auraient conduit à faire diffuser sur les antennes d'une radio C la totalité du programme local édité par un autre opérateur du même réseau.

CHANGEMENT DE NOM

Après avoir donné son accord en 1999 pour la nouvelle dénomination du réseau exploité par la société CIRTES, qui s'identifie désormais par M FM, le Conseil a agréé, au début de l'année, les nouveaux noms des opérateurs locaux de ce réseau qui ont intégré ce sigle dans leur propre dénomination.

Les radios dans les DOM-TOM

181 stations privées émettent outre-mer sur 435 fréquences, en augmentation de 11,5% par rapport à 1999. Les deux stations publiques, RFO1 et RFO2, occupent dans l'ensemble des DOM-TOM 188 fréquences, une situation restée stable.

Le secteur radiophonique privé d'outre-mer a su s'adapter à l'arrivée des nouveaux médias. La station antillaise Radio Caraïbes International propose déjà un programme radiophonique musical par Internet.

En ce qui concerne le financement, la viabilité des radios associatives repose essentiellement sur le Fonds de soutien à l'expression radiophonique ainsi que sur les remboursements des charges relatives aux emplois subventionnés. Le secteur commercial, pour sa part, augmente progressivement ses parts de marché.

Antilles-Guyane

Le paysage radiophonique aux Antilles et en Guyane comporte 97 stations privées qui exploitent 143 fréquences. Le secteur public utilise 38 fréquences pour la diffusion d'un programme local et 22 pour la retransmission de France Inter.

<i>RADIOS PRIVÉES</i>					<i>RFO</i>			
<i>Zones</i>	<i>Catégories</i>			<i>Total</i>	<i>Nombre de fréquences</i>	<i>Nombre de fréquences</i>		<i>Nombre de fréquences</i>
	<i>A</i>	<i>B</i>	<i>C</i>	<i>A+B+C</i>		<i>RFO1</i>	<i>RFO2</i>	
Guyane	20	2	0	22	30	20	8	28
Guadeloupe	27	10	1	38	56	8	7	15
Martinique	30	7	0	37	57	10	7	17
Total	77	19	1	97	143	38	22	60

APPEL AUX CANDIDATURES

Par délibération en date du 15 décembre 1998, le Conseil a lancé un appel aux candidatures partiel et complémentaire sur des fréquences devenues disponibles à l'issue de la procédure de reconduction des autorisations. Cet appel a concerné les trois départements et toutes les catégories de service. Par délibération du 11 mars 1999, le Conseil a admis à concourir 21 candidats en catégorie A, 9 en catégorie B et un seul en catégorie C. Lors des délibérations des 24 mai et 18 juillet 2000, le Conseil a décidé, conformément à l'article 28

de la loi du 2 août 1984 relative aux compétences des régions de Guadeloupe, de Guyane, de Martinique et de La Réunion, de saisir les conseils régionaux pour avis.

AUTORISATIONS TEMPORAIRES

Par décisions des 13 et 27 juin, le Conseil a délivré aux stations commerciales indépendantes RCI et NRJ Martinique une autorisation temporaire d'utiliser un réémetteur, au Diamant, pour une période de deux mois. Le Conseil a également autorisé RCI Guadeloupe à exploiter un réémetteur temporaire, dans la zone de Marie-Galante, pour une durée de trois mois.

MODIFICATIONS DE CAPITAL

Lors de sa séance du 25 janvier 1999, le Conseil a autorisé une nouvelle répartition de 148 actions (sur 3 596) cédées par un actionnaire sortant entre 7 actionnaires déjà présents dans la société RCI Martinique (Radio RCI Martinique). La société RCI Guadeloupe (Radio RCI Guadeloupe) a également été autorisée à répartir 112 actions sur 4 030, cédées par deux actionnaires sortants, entre 7 autres actionnaires déjà présents dans la société.

En revanche, le Conseil a rejeté, le 25 juillet, une demande de modification de capital formulée par la station commerciale indépendante Radio Campêche (Martinique). Cette restructuration, qui avait pour corollaire un changement de format, modifiait substantiellement les critères au regard desquels l'autorisation d'émettre avait été accordée.

Le Conseil a rejeté, pour les mêmes raisons, une demande de modification de capital formulée par la Sarl Fusion (Radio Fusion), autorisée également dans le département de la Martinique. Cette modification entraînait un changement de programme, de nom et de gérance.

CHANGEMENT DE PROGRAMME

Le Conseil a autorisé, lors de sa séance du 8 février, l'association Radio Junior qui exploite une station de catégorie A du même nom en Martinique ainsi que l'association Foi et Développement qui exploite une station de catégorie A dénommée Radio Saint-Louis également en Martinique, à s'abonner aux émissions d'information produites par Radio ICS. Cette dernière (de catégorie B) propose aux radios de son département des bulletins d'information locale et régionale non identifiés et sans publicité, moyennant une redevance de 1 500 F par mois.

CHANGEMENT DE NOM

Par décision du 25 juillet, le Conseil a autorisé Radio Junior (Martinique) à changer d'appellation au profit de Média FM. Lors de sa délibération du 4 juillet, il a autorisé Radio Energy FM (Guadeloupe) à utiliser l'appellation Média Tropical Guadeloupe.

ABROGATION D'AUTORISATION

Lors de sa plénière du 28 novembre, le Conseil a abrogé l'autorisation attribuée à l'association Action (Radio Marie-Galante) dans le département de la Guadeloupe qui avait renoncé à l'exploitation de ses fréquences.

CONTRÔLE DES OBLIGATIONS

Des contrôles réguliers ont été réalisés dans le ressort du CTR.

Pour ce qui est du contrôle technique, il s'agit essentiellement de mesures d'excursion de fréquence, de puissance, de rayonnement non essentiel et d'harmonique 2, effectuées par le secrétaire général du 24 janvier au 7 février en Guadeloupe, du 22 au 28 mars en Guyane et du 17 au 27 mai en Martinique.

Une mission commune avec l'ANFR a également eu lieu du 13 au 24 novembre en Guadeloupe et du 27 novembre au 8 décembre en Martinique. Elle avait pour objet une vérification des liaisons émetteur-émetteur et studio-émetteur.

Des écoutes de programmes ont été effectuées à partir des enregistrements réalisés par le CTR ou fournis par des opérateurs à la suite de plaintes d'auditeurs. Le CTR a également procédé de manière ponctuelle à la vérification des obligations relatives au programme d'intérêt local de plusieurs opérateurs.

La Réunion et Mayotte

Les radios privées sont au nombre de 45 à La Réunion et de 14 à Mayotte. Pour ses deux canaux, RFO bénéficie pour sa part de 35 fréquences.

RADIO PRIVEES					RFO			
ZONES	Catégories			Total	Nombre de fréquences	Nombre de fréquences		Nombre de fréquences
	A	B	C	A+B+C		RFO1	RFO2	
La Réunion	33 ⁽¹⁰⁾)	10	2	45	168	15	10	25

RADIO PRIVEES					RFO			
ZONES	Catégories			Total	Nombre de fréquences	Nombre de fréquences		Nombre de fréquences
	A	B	C	A+B+C		RFO1	RFO2	
Mayotte	12	2 ⁽¹¹⁾	0	14	17	7 ⁽¹²⁾	3 ⁽¹³⁾	10

⁽¹⁰⁾ Ce chiffre tient compte de trois nouvelles radios présélectionnées dans le cadre de l'appel n°98-888 du 15 décembre 1998.

⁽¹¹⁾ Autorisations temporaires.

⁽¹²⁾ 2 fréquences seulement sont exploitées.

⁽¹³⁾ 1 fréquence seulement est exploitée.

APPEL AUX CANDIDATURES

CTR de La Réunion

Après avoir recensé 16 fréquences vacantes, le Conseil a lancé par délibération du 15 décembre 1998, un appel aux candidatures partiel et complémentaire à compter du 4 janvier 1999. Cet appel aux candidatures a été ouvert à l'ensemble des catégories. Par décision du 27 avril 1999, il a inscrit sur la liste des candidats recevables à l'appel 27 en catégorie A, 12 en catégorie B et 1 en catégorie D.

A la suite de sa délibération du 24 mai, il a saisi, conformément à l'article 28 de la loi du 2 août 1984 relative aux compétences des régions de Guadeloupe, de Guyane, de Martinique et de La Réunion, le conseil régional de La Réunion pour avis sur ces candidatures. Enfin, par décision du 14 novembre, au vu des dossiers de candidatures, des avis du CTR de La Réunion et de Mayotte et du conseil régional de La Réunion, il a présélectionné les candidats suivants sur 16 fréquences : association Les Copains d'abord (Radio LGB), association Arc-en-ciel (Radio Arc-en-ciel), association Digital FM (Radio Digital), Sarl Epicom (Radio 102 FM), Sarl Sogera (Chérie FM), association Tropic FM (Radio Exo FM), association Bleu Azur (Radio Nostalgie), association Radio Kalimé (Radio Kalimé), association Radio Dominique (Radio Dominique), Sarl Sroi (NRJ), association Fréquence Oasis (Radio Oasis), association Free Dom (Radio Free Dom), association Rivière Saint-Louis (RSL).

AUTORISATIONS TEMPORAIRES

Lors de sa délibération du 27 juin 2000, le Conseil a délivré une autorisation temporaire de trois mois, à compter du 1^{er} août 2000, à la station réunionnaise Exo FM. Cette autorisation a été prolongée, par délibérations des 12 septembre et 24 octobre 2000, jusqu'au 30 avril 2001.

Par décision du 24 octobre, il a autorisé la Sarl MES à exploiter la station Radio Maho pour une durée de six mois, à compter du 1^{er} février 2001.

RECONDUCTIONS D'AUTORISATIONS

Par délibération du 5 janvier, le Conseil a statué favorablement sur la possibilité de reconduire pour cinq ans, hors appel aux candidatures, des autorisations délivrées aux opérateurs réunionnais.

Par décisions des 7, 21 mars, 10 avril, 6, 13, 27 juin, 4 et 11 juillet, il a reconduit, les autorisations délivrées aux associations Lantan Pikan (Radio Pikan), Méga-Ouest (Radio Méga-Ouest), Tropic FM (Radio Exo FM), Vénus FM (Radio Top FM), Radio Mixte 9 (Radio Mixte 9), Free Dom (Radio Free Dom), Fédération régionale Léo Lagrange (Radio Plus FM), Radio Vie (Radio Vie), Arc-en-ciel (Radio Arc-en-ciel), Animation Collège le Bernica (Radio ABC), Radio Salaze FM (Radio Salaze), Radio Contact (Radio Contact), Sky Réunion (Radio Sky Réunion), Radio Rivière Saint-Louis (RSL), Radio Zirondel (RZFM), Regards (Radio Soleil), Racines (Radio Classique), Arts et Musique (Radio des Iles), First Radio (Radio First Réunion), Bleu Azur (Radio Nostalgie), Case Info (Radio Case Info), Radio Taj Mahal (Taj Mahal), Radio Jujubes (Jujubes), Korail Océan Indien (Kanal Océan Indien), Plaine FM (Radio Plaine FM), Radio Jeunesse (Radio Jeunesse Lumière), Assistance routière (Love

Fm), Sun'Lazes (Radio Sunlazes), Radio Kalimé (Kalimé), Radio Velly (Radio Velly Music), Radio Dominique (Dominique), Sun FM (Radio Sun Light FM), Kréol FM (Radio Kréol FM), Art et Expression (Radio Décibel), Radio Sud Plus (Radio Sud Plus), Radio Est Réunion (RER), Radio Festival (Radio Festival), Fréquence Sud (Radio Fréquence Sud), et aux sociétés SROI (NRJ), Orom (Radio Star), Épicom (Radio 102 FM) et Sogera (Chérie FM).

À l'issue de la procédure de reconduction simplifiée des autorisations, 42 sur 44 ont été reconduites (30 radios associatives, 10 radios commerciales de catégorie B et 2 radios de catégorie C). Les fréquences de Radio Mégawatts et de Radio Oxygène, qui n'ont pas été reconduites, feront l'objet d'un appel aux candidatures.

ABROGATIONS D'AUTORISATION

Par décision du 21 novembre, le Conseil a partiellement abrogé la décision du 15 juin 1999 portant autorisation de l'association Radio Lagon (Radio Lagon) qui a renoncé à l'utilisation de la fréquence 92,6 MHz dans la zone de Mamoudzou, à Mayotte.

L'association Organisation pour l'unité bouéniennne, autorisée à exploiter une station associative dénommée Radio Fréquence Sud à Mayotte, a renoncé à l'exploitation de la fréquence 103,3 MHz à Bouéni. Par décision en date du 28 novembre, le Conseil a donc abrogé l'autorisation du 23 février 1999.

CHANGEMENTS DE PROGRAMME

Par décision du 3 octobre, le Conseil a autorisé Radio Free Dom à reprendre le journal télévisé d'Antenne Réunion.

A l'issue de la réunion plénière du 17 octobre, il a rejeté la demande de l'association Radio Festival consistant à ouvrir l'antenne de Radio Festival aux émissions de l'association Zazakel de Sainte-Suzanne. En effet, la convention conclue par les deux associations laissait apparaître clairement un système de location d'antenne incompatible avec l'obligation du titulaire de l'autorisation d'assurer directement l'exploitation du service.

CHANGEMENT DE NOM

L'association Radio Contact a été autorisée, par décision du 26 septembre, à utiliser l'appellation Lantan Lé Gadium (Radio Kontak). Ce changement correspond à sa mission de défense et de promotion de la langue et de la culture créoles qui figure dans la convention.

CONTRÔLE DES OBLIGATIONS

Des contrôles techniques ont été effectués régulièrement dans le département de La Réunion et, d'une manière ponctuelle, à Mayotte. Ces déplacements permettent de procéder également au contrôle des programmes des radios qui ne sont pas entendues au siège du CTR.

SECTEUR PUBLIC

Par décision du 18 mai, le Conseil a autorisé RFO à utiliser la fréquence 96,7 MHz, à Saint-Denis, pour la diffusion de France Culture. Ce programme figurait sur la liste des priorités culturelles de la région.

Polynésie française

21 radios privées et les deux canaux de RFO constituent le paysage radiophonique de la Polynésie française.

RADIOS PRIVÉES					RFO			
ZONES	Catégories			Total	Nombre de fréquences	Nombre de fréquences		Nombre de fréquences
	A	B	C	A+B+C		RFO1	RFO2	
<i>Polynésie</i>	14	4	3	21	59	51	1	53

APPELS AUX CANDIDATURES

Par décisions des 15 décembre 1998 et 19 janvier 1999, le Conseil a lancé deux appels aux candidatures partiels et complémentaires ouverts à toutes les catégories et pour l'ensemble du territoire de la Polynésie française. 14 candidats ont été admis à concourir dans le cadre de ces appels. Lors de la délibération du 28 mars 2000, il a présélectionné douze candidats et autorisé, par décisions des 27 juin, 4 et 18 juillet, Radio Rurutu dans les îles Australes, Radio Fara, Radio La Voie de l'Espérance, Radio Pacifique et Radio Maria No Te Hau à Tahiti, Radio Poe Rava dans les Tuamotu-Gambier en catégorie A, ainsi que Fun et Chérie Polynésie à Tahiti en catégorie C.

Les radios suivantes se sont vu attribuer des fréquences d'extension : NRJ à Tahiti-Taiarapu, Te Vévo aux îles Sous-le-Vent, Radio Star aux îles Sous-le-Vent et à Tahiti-Taiarapu. Un candidat présélectionné s'est désisté.

Nouvelle-Calédonie et îles Wallis-et-Futuna

Deux réseaux régionaux couvrent l'ensemble du territoire : Radio Djiido (catégorie A) et Radio Rythme Bleu (catégorie B). S'y ajoute une radio commerciale indépendante, Radio NRJ, qui couvre le grand Nouméa.

Les opérateurs radio ont quitté les sites de TDF pour des infrastructures de l'Office des postes et télécommunications.

Depuis la loi du 19 mars 1999 relative à la Nouvelle-Calédonie, le Conseil doit procéder à la consultation de son gouvernement pour toutes les mesures individuelles ou réglementaires qui relèvent de ses attributions. C'est ainsi que le Conseil l'a consulté à propos de la demande formulée par l'association Dumbéa Communication. Le 23 octobre, un avis défavorable a été donné, fondé sur les dispositions des accords de Matignon.

RADIOS PRIVÉES					RFO				
ZONES	Catégories			Total	Nombre de fréquences	Nombre de fréquences			Nombre de fréquences
	A	B	C	A+B+C		RFO1	RFO2	RFO3	
<i>Nouvelle-Calédonie</i>	1	2	0	3	45	27	7	1	35

Saint-Pierre-et-Miquelon

Aucun changement n'est intervenu dans la composition du paysage radiophonique de la collectivité territoriale de Saint-Pierre-et-Miquelon, qui relève du CTR de Paris.

RADIOS PRIVÉES					RFO			
ZONES	Catégories			Total	Nombre de fréquences	Nombre de fréquences		Nombre de fréquences
	A	B	C	A+B+C		RFO1	RFO2	
Saint-Pierre-et-Miquelon	2	0	0	2	3	3	3	6

Les comités techniques radiophoniques

L'ACTIVITÉ DES COMITÉS

Comme chaque année, les CTR ont assuré la double mission que la loi leur confie d'instruction des demandes d'autorisation et de contrôle des obligations.

Afin d'harmoniser les méthodes de travail et de renforcer les liens entre les comités et le Conseil, deux réunions ont rassemblé à Paris les présidents et secrétaires généraux de métropole et des DOM-TOM, le 6 septembre, et les secrétaires généraux de métropole le 17 mai. Ces derniers se sont également réunis, en réponse à l'invitation du CTR de Paris, les 7 et 8 décembre.

Ces réunions ont permis de réfléchir en commun sur les incidences des modifications législatives, les quotas de chansons d'expression française, l'évolution du paysage radiophonique et d'améliorer les procédures de traitement des dossiers techniques et des reconductions. Les calendriers prévisionnels des appels aux candidatures sont également élaborés en concertation.

Les procédures d'appels aux candidatures ont été poursuivies dans le ressort des CTR de Toulouse, Rennes, Bordeaux, Clermont-Ferrand et de nouveaux appels ont été lancés en Ile-de-France, dans le Centre, en Rhône-Alpes, Bourgogne et Franche-Comté.

Les présidents des comités techniques radiophoniques de Bordeaux et de Rennes sont venus présenter leurs propositions de présélection au groupe de travail Radio du Conseil.

Une procédure plus formalisée du traitement des dossiers de reconduction a été mise en place. Quinze mois avant la date d'expiration de l'autorisation, les CTR établissent un bilan propre à chaque service. Leur avis est ensuite systématiquement sollicité sur la reconduction des radios qui posent problème. Ils sont ainsi étroitement associés à la négociation des nouvelles conventions.

Les secrétaires généraux ont également participé activement à l'établissement de la base de données radios, en saisissant les données relatives aux opérateurs locaux de catégorie A, B et C. Comme les années précédentes, ils ont été invités à participer par roulement aux réunions hebdomadaires du groupe de travail Radio.

On trouvera en annexe 23 les modifications intervenues dans la composition des comités durant l'année 2000, ainsi que les renouvellements de mandats.

La radio numérique

POURSUITE DES EXPÉRIMENTATIONS

Le Conseil a autorisé dès 1996 à Paris, puis en 1998 dans les zones de Lyon, Marseille, Toulouse et Nantes, l'usage de fréquences pour la diffusion de services de radiodiffusion sonore en mode numérique. Ces autorisations ont été délivrées selon la procédure fixée par la loi du 10 avril 1996 relative aux expérimentations dans le domaine des technologies et services de l'information, dont l'application a été prorogée jusqu'au 1^{er} janvier 2002.

Au cours de l'année 2000, le Conseil a examiné diverses modifications apportées aux autorisations délivrées à ce jour. C'est ainsi, tout d'abord, qu'en février il a donné son accord à la cession, au profit de NRJ SA, par sa filiale Sogetec, de la totalité des parts qu'elle détenait dans la SARL Sogetec Numérique, titulaire d'autorisations pour la diffusion en DAB. Cette dernière a adopté la dénomination Numéricast. Il a également mis fin aux conventions relatives à la diffusion à Paris des programmes Skyrock, à la demande de la société éditrice Vortex, et de 95,2 en raison de la liquidation de la société Paris Médias.

En novembre, le Conseil a agréé la modification du plan de services pour lequel la société TDF dispose d'une autorisation à Lyon de façon à autoriser la substitution de BFM à RCF.

Enfin, la société Cofiroute a été autorisée pour la seconde fois à expérimenter, durant six mois, la diffusion du programme Autoroute FM enrichi de données associées, sur l'autoroute A 10, dans sa portion Tours-Poitiers.

LANCEMENT D'UN APPEL AUX CANDIDATURES DANS LA RÉGION ILE-DE-FRANCE

Afin de compléter l'offre en DAB à Paris et dans la région parisienne, qui reste à l'heure actuelle limitée à trois blocs, le Conseil a décidé, le 19 septembre, de lancer un nouvel appel

aux candidatures. L'objectif est de mettre à la disposition des auditeurs une offre enrichie de programmes radiophoniques ou de données de façon à mettre en évidence l'attrait de la radio numérique par rapport à une diffusion en analogique.

Le Conseil souhaite que cet appel soit susceptible de relancer une technologie dont l'intérêt lui paraît manifeste même si elle ne semble pas avoir suscité l'adhésion du public.

Il a déjà souligné à maintes reprises que le cadre juridique fixé par la loi du 10 avril 1996 modifiée est particulièrement inadapté au déploiement de la radio numérique de terre. En outre, ce développement ne sera véritablement envisageable que le jour où la ressource technique disponible permettra une offre élargie de services par rapport à la modulation de fréquence et dès lors que des récepteurs seront mis sur le marché à des prix raisonnables. Ces observations restent pleinement d'actualité au terme de l'année 2000.

*
* *
*

Le 6 novembre 2000, le Conseil a décidé d'entreprendre une réflexion globale sur l'évolution de sa politique radiophonique et des différentes catégories de services. Il a lancé, à cette occasion, une vaste concertation axée, plus particulièrement, sur l'offre de programmes locaux faite aux auditeurs.

Le dialogue engagé avec les professionnels du secteur devrait permettre de mieux prendre en considération leurs préoccupations et leurs attentes de façon à mettre en place une politique radiophonique modernisée. Le Conseil estime en effet que la défense du pluralisme et de la diversité, dont il a la charge aux termes de la loi du 30 septembre 1986 modifiée, pourrait s'accommoder d'une plus grande souplesse dans la régulation.

Les instruments juridiques à sa disposition ne sont pas, à l'heure actuelle, adaptés à une réforme efficace de cette politique. Il apparaît notamment que les dispositions du décret du 9 novembre 1994 définissant les obligations relatives à l'accès à la publicité locale devraient être révisées. Ce texte conditionne son accès à la diffusion d'un programme local d'une durée quotidienne de trois heures. Or, la définition du programme d'intérêt local est très large et peut être constitué de la simple diffusion de morceaux de musique assemblés localement. A la notion de durée, des critères liés au contenu du programme pourraient être ajoutés. Bien entendu, la réforme du décret du 9 novembre 1994 ne réglera pas tous les problèmes qui se posent aujourd'hui dans la régulation du secteur radiophonique. Il s'agit cependant d'une première piste que le Conseil souhaite explorer dans la perspective de la modernisation de sa politique.

Radio France

L'année 2000 a été marquée par la mise en œuvre du Plan bleu. Il consiste en une rationalisation des réseaux de la société avec pour principaux objectifs de renforcer les radios locales et de développer le Mouv' dans les zones urbaines et universitaires.

Le plan n'a pu s'appliquer qu'à compter de la publication par le gouvernement, le 12 octobre, du décret portant modification de l'article 25 du cahier des missions et des charges. Il avait pour objet d'adapter les différents programmes aux nouvelles perspectives de développement arrêtées par la société et approuvées par ses ministères de tutelle et d'inclure un nouveau programme, le Mouv'. Le Conseil avait souhaité que cette clarification réglementaire soit effective avant d'approuver toute réaffectation de fréquences entre les différents programmes de Radio France.

Dans le même temps, le Conseil a poursuivi ses échanges avec la société, souhaitant que cette dernière accélère et amplifie la restitution de fréquences qui n'ont pas été mises en service, dans un souci de partage équilibré de la ressource globale entre le secteur public et le secteur privé.

C'est donc à partir d'octobre 2000 que le redéploiement des fréquences a pu s'effectuer selon les orientations suivantes :

- développement du réseau des stations locales de Radio France qui, sous l'appellation France Bleu, diffuse un programme national accompagné d'un programme local spécifique à chaque station ; cet essor a été possible grâce à la réaffectation de l'ensemble des fréquences attribuées à Radio Bleue, de certaines fréquences attribuées au Mouv' dans les villes moyennes et de celles attribuées à FIP à Metz et à Nice ;
- arrêt de la diffusion du Mouv' dans 19 villes moyennes et redéploiement du réseau vers les grandes villes universitaires pour capter un public jeune à Lille, Lyon, Marseille, Nantes, Rennes et Brest. Si le nombre de fréquences affectées à ce programme diminue, l'auditoire potentiel est cependant passé de 2 à 5 millions de personnes.

La première étape du Plan bleu a permis d'accroître l'auditorat du Mouv' et d'étendre la diffusion des programmes régionaux qui devrait couvrir, d'ici à 2003, 80% du territoire pour 60% en 1999.

FIP, quant à elle, voit sa diffusion restreinte aux quatre villes de Paris, Bordeaux, Nantes et Strasbourg, après l'arrêt des émetteurs de Marseille, Metz, Nice et Lyon. Elle reste cependant diffusée sur tout le territoire grâce au satellite, aux réseaux câblés numériques, au DAB et à l'Internet.

La mise en œuvre du Plan bleu s'est accompagnée de la restitution de 12 fréquences non utilisées :

- . 9 pour la région Bretagne/Pays de Loire, en mars ;
- . 3 pour la région Bourgogne/Franche-Comté, en septembre.

Ces opérations ont permis au Conseil d'optimiser les plans de fréquences établis dans le cadre des appels aux candidatures en cours dans ces deux régions.

Au 31 décembre 2000, Radio France disposait, d'un parc de fréquences qui s'établissait à 2 523 unités.

VI - Le contrôle

La mise en oeuvre de la liberté de communication implique la possibilité, à tout moment, d'en contrôler le respect. C'est une des missions confiées au CSA que d'être le garant de la bonne application des textes.

Le contrôle exercé par le Conseil a pour but de veiller à la sauvegarde de principes fondamentaux comme, le respect, par les médias audiovisuels, de la dignité de la personne humaine, du caractère pluraliste de l'expression des courants de pensées et d'opinion, de l'ordre public (article premier de la loi du 30 septembre 1986 modifiée).

Le contrôle du Conseil a également pour objectif d'assurer le respect, par les diffuseurs, de leurs obligations en matière de programmes.

Ces obligations portent essentiellement sur six domaines : pluralisme et éthique de l'information ; contribution des chaînes de télévision au développement de la production audiovisuelle et cinématographique ; régime de diffusion des œuvres audiovisuelles et cinématographiques ; protection de l'enfance et de l'adolescence ; publicité ; parrainage et téléachat ; défense et illustration de la langue française. Les règles relatives à ces obligations peuvent avoir un caractère quantitatif ou qualitatif.

Depuis 1996, le contrôle porte également sur le respect de l'obligation faite aux radios privées de diffuser un minimum de 40% de chansons francophones.

Le contrôle s'exerce enfin sur le respect des règles relatives à la concurrence et à la concentration dans le secteur de la communication audiovisuelle.

Le contrôle porte, chaque année, sur environ 50 000 heures de programmes des télévisions nationales qui sont observés exhaustivement. Celui des télévisions régionales et locales, des réseaux câblés, ainsi que des radios publiques et privées est fait à partir des informations communiquées par les diffuseurs et par des sondages.

1 - Les télévisions nationales

Pluralisme de l'information

LE PLURALISME EN PÉRIODE ÉLECTORALE

Au cours de l'année, la tenue de différents scrutins a conduit le Conseil à exercer les missions qui lui sont confiées par la loi : veiller au respect du pluralisme dans le traitement de l'actualité électorale, sur la base d'une recommandation adressée aux diffuseurs ; organiser - quand les textes les prévoient – les campagnes officielles radiotélévisées sur les antennes du service public.

Deux scrutins ont concerné l'outre-mer : élection au Congrès de Nouvelle-Calédonie et à l'assemblée de la province des îles Loyauté (25 juin) ; consultation de la population de Mayotte sur l'avenir de Mayotte (2 juillet).

Le troisième scrutin, national, a été le référendum sur le projet de loi constitutionnelle relatif à la durée du mandat du Président de la République (24 septembre).

Enfin, dans la perspective des élections municipales et cantonales de mars 2001, le Conseil a adopté le 28 novembre, une recommandation à l'attention des services de radio et de télévision sur le traitement de ces scrutins dont les dispositions entraînent en vigueur le 1^{er} janvier 2001.

Élection au Congrès de Nouvelle-Calédonie et à l'assemblée de la province des îles Loyauté (25 juin 2000)

Le 9 mai 1999, un scrutin avait été organisé en Nouvelle-Calédonie pour l'élection au Congrès du territoire ainsi qu'à l'assemblée de chacune des trois provinces le composant : la province nord, la province sud et la province des îles Loyauté (cf. Rapport d'activité pour l'année 1999).

Par décision du 15 mai 2000, le Conseil d'État a annulé les opérations électorales dans la province des îles Loyauté. Les électeurs de cette province ont donc été à nouveau convoqués le 25 juin.

Le 24 mai, le Conseil a adopté une recommandation relative au traitement de l'élection. Celle-ci était destinée à RFO et aux services de communication audiovisuelle autorisés en Nouvelle-Calédonie (cf. annexe 26-1). Son application n'a pas posé de problème particulier.

Il a également organisé la campagne officielle radiotélévisée prévue par le code électoral, qui dispose qu'une telle campagne est organisée en cas «d'élection partielle consécutive à l'annulation globale des opérations électorales dans une circonscription».

A cet effet, le Conseil a adopté le 30 mai une première décision relative aux conditions de production, de programmation et de diffusion des émissions de la campagne officielle (cf. annexe 26-2).

Une fois connue les listes (au nombre de trois), il a adopté une seconde décision, le 9 juin, répartissant entre elles le temps d'antenne de la campagne officielle (cf. annexe 26-3).

Cette répartition a été faite en application des dispositions de l'article L. 404 du code électoral. Les listes candidates se sont ainsi partagé une heure de temps d'antenne à proportion de la représentation au Congrès des partis et groupements politiques les présentant.

Une fois arrêtés le temps total d'antenne revenant à chaque liste et sa répartition en nombre et durée d'émissions, il a été procédé, le 10 juin à Nouméa, au tirage au sort destiné à fixer les dates et ordres de passage des émissions de la campagne officielle. Le résultat a fait l'objet d'une troisième décision du Conseil (cf. annexe 26-4).

La liste du Palika n'ayant pas souhaité participer à ces émissions, seules deux listes ont profité de la faculté offerte par la loi.

Les enregistrements ont eu lieu dans l'enceinte de RFO Nouvelle-Calédonie sans problème particulier. M. Jean-Marie Cotteret et Mme Jacqueline de Guillenchmidt se sont succédé sur le territoire pour veiller au bon déroulement des opérations.

Consultation de la population de Mayotte (2 juillet 2000)

Le 27 janvier 2000, un accord sur le statut de Mayotte, notamment son avenir institutionnel, était signé à Paris. Il prévoyait que les Mahorais seraient consultés sur ses grandes orientations avant le 31 juillet.

Différents textes ont par la suite organisé cette consultation : la loi n° 2000-391 du 9 mai 2000 organisant une consultation de la population de Mayotte les électeurs ayant à répondre par oui ou par non à la question : «Approuvez-vous l'accord sur Mayotte, signé à Paris le 27 janvier 2000 ?» et le décret n° 2000-471 du 31 mai 2000 fixant notamment la date de consultation au 2 juillet.

A cet égard, le Conseil a adopté une recommandation préconisant une présentation et un accès à l'antenne équitables de tous les partis et groupements politiques de Mayotte (cf. annexe 27-3).

Le Conseil a également organisé la campagne officielle prévue par l'article 7 de la loi susmentionnée. Il a tout d'abord adopté une décision le 24 mai sur les conditions de production, de programmation et de diffusion des émissions. Cette décision prévoyait que les enregistrements se feraient dans un studio de RFO Mayotte. A l'instar de l'élection se déroulant pratiquement dans les mêmes temps en Nouvelle-Calédonie (cf. *supra*), le Conseil, avec le concours de RFO, a mis en place les infrastructures nécessaires à la production des émissions (matériel de production, locaux pour le montage et le personnel de production, personnel, etc.), certains des moyens devant être acheminés de Paris et de la Réunion. Deux réalisateurs ont assuré les enregistrements et le montage des émissions, deux autres personnes étant chargées de la coordination des opérations de production (prises de rendez-vous avec les partis pour leurs enregistrements, suivi de toutes les étapes de production).

S'agissant des bénéficiaires des émissions, la loi prévoyait le processus suivant.

Il revenait à la commission de contrôle, instituée par l'article 5 de la loi du 9 mai 2000, de :

- dresser la liste des partis et groupements politiques habilités à participer à la campagne, en raison de leur représentativité parmi les parlementaires et les conseillers généraux élus à Mayotte ;

- répartir le temps d'antenne attribué à chacun, la durée totale s'élevant à deux heures d'émission en radio et à deux heures d'émission en télévision ; toutefois, chacun de ces partis ou groupements disposait d'une durée minimale de dix minutes en radio et de dix minutes également en télévision.

Le 12 juin, la commission de contrôle a dressé la liste des partis et groupements politiques habilités à participer à la campagne. Elle a réparti le temps d'antenne comme suit :

- Mouvement départementaliste mahorais (MDM) : 34 minutes 45 secondes en radio et en télévision ;

- Mouvement populaire mahorais (MPM) : 40 minutes 30 secondes en radio et en télévision ;

- Parti socialiste – fédération de Mayotte (PS) : 10 minutes en radio et en télévision ;

- Rassemblement pour la République – fédération de Mayotte (RPR) : 34 minutes 45 secondes en radio et en télévision.

Une fois connues les décisions de la commission de contrôle, le Conseil a décidé de la répartition des temps d'antenne en formats d'émissions compris entre 4 et 5 minutes. Le 15 juin, à Mayotte, il a alors procédé au tirage au sort destiné à fixer les dates et ordre de passage des différentes émissions de la campagne officielle (cf. annexe 27-5).

Ce sont au total 26 émissions qui ont été diffusées en télévision et en radio entre le 19 et le 30 juin.

Mme Véronique Cayla et M. Joseph Daniel se sont succédé à Mayotte pour veiller au bon déroulement des opérations.

Référendum du 24 septembre 2000

Le 6 juillet, le Président de la République annonçait que le projet de loi constitutionnelle, réduisant de sept à cinq ans la durée du mandat présidentiel, adopté en des termes identiques par les deux assemblées du Parlement, ferait l'objet d'un référendum le 24 septembre.

Un décret, en date du 12 juillet 2000, a décidé de soumettre ce projet de révision de la Constitution au référendum.

La recommandation du CSA

Adoptée le 24 juillet et ayant recueilli préalablement l'avis favorable du Conseil constitutionnel, la recommandation du CSA, applicable à compter du 21 août, avait pour objectif de définir les conditions de traitement de l'actualité liée à la campagne référendaire.

Pour le traitement de l'actualité liée à la consultation, elle préconisait une présentation et un accès équitables à l'antenne de l'ensemble des organisations politiques. Comme cela avait été le cas lors du référendum du 20 septembre 1992 sur la ratification du traité sur l'Union européenne, c'est un équilibre de l'expression des partis politiques qui a été retenu et non un équilibre entre les partisans du oui et les partisans du non. La seconde formule était pourtant jugée par certains plus conforme à l'esprit de la consultation.

C'était tout d'abord compter sans les partisans de l'abstention. Mais c'était surtout oublier que la Constitution, en son article 4, confie expressément aux partis politiques la mission de concourir à l'expression du suffrage universel. Ces derniers sont à l'origine du débat public qu'ils alimentent. Prévoir leur accès à l'antenne, en fonction du choix binaire qu'offre un référendum, serait restreindre la participation des uns et accroître celle des autres au débat démocratique qui précède une consultation. La recommandation du CSA n'empêchait bien évidemment pas les rédactions de recueillir au sein d'une même organisation la diversité des points de vue.

Conscient que le débat ne devait pas se limiter à l'expression de la seule sphère politique, le Conseil a également introduit dans sa recommandation une disposition selon laquelle les services de radio et de télévision devaient veiller à ce que des personnalités ne relevant pas d'organisations politiques puissent s'exprimer.

La recommandation a repris d'autres dispositions, traditionnelles, ayant trait à la déontologie de l'information, et au rappel des articles du code électoral applicables à l'audiovisuel.

Le suivi de la recommandation

Le Conseil veille à l'application de sa recommandation de deux manières.

Tout d'abord, il traite les réclamations dont il est saisi. Contrairement à l'habitude, le Conseil n'a été saisi d'aucune plainte relative au respect du pluralisme à l'occasion de ce scrutin.

D'autre part, il établit, pour les sociétés TF1, France 2, France 3, Canal+ et M6, des relevés des temps d'antenne et de parole dont bénéficie chaque organisation politique. La nécessité de disposer de ces deux décomptes (temps d'antenne, temps de parole) tient au fait que, dans de nombreux cas, la position des personnalités politiques se fait par l'intermédiaire des journalistes sans qu'elles aient nécessairement l'occasion d'intervenir.

Les relevés ont été établis pour les journaux télévisés d'une part, les magazines d'information ou émissions spéciales de débats d'autre part. La recommandation préconisait, en effet, un respect du principe d'équité pour chacune de ces catégories de programme. Elle demandait d'éviter les interventions liées au scrutin dans les autres programmes (documentaires, variétés, talk-shows, etc.) pour lesquels il pouvait être plus difficile d'obtenir le respect de l'équité, ces émissions n'ayant pas vocation à accueillir régulièrement des invités politiques.

Ces relevés ont été adressés aux chaînes à périodicité régulière. Si le principe d'équité était à apprécier sur l'ensemble de la période (21 août-24 septembre), le Conseil ne pouvait en effet attendre l'issue du scrutin pour savoir si l'équité était assurée.

Quatre bilans ont été ainsi établis, pour les périodes suivantes : 21 août-1^{er} septembre, 2-8 septembre, 9-15 septembre, 16-22 septembre.

Les services de radio, les chaînes de télévisions thématiques et locales, certaines chaînes de télévision nationales pour leurs programmes régionaux ou locaux devaient adresser systématiquement ou à la demande du Conseil, selon les cas, des relevés de temps de parole établis par leurs soins.

La couverture du référendum dans les médias audiovisuels

La campagne s'est distinguée par la faible couverture que lui ont consacrée les médias audiovisuels en comparaison de la place généralement accordée au traitement d'une élection.

A cet égard, quelques chiffres sont éloquentes. Ainsi, sur l'ensemble des chaînes (TF1, France 2, France 3, Canal+ et M6), un seul magazine d'information a été consacré au référendum entre le 21 août et le 22 septembre. En outre, dans les journaux télévisés de ces mêmes chaînes, le temps d'antenne total n'a été que de 4 heures 48 minutes, sachant que le temps d'antenne consacré, durant la même période, à la rubrique « politique intérieure » a été de 15 heures 25 minutes.

Les médias audiovisuels ne sauraient pour autant être tenus responsables de cette situation, qui peut s'expliquer par différents facteurs.

En premier lieu, la campagne a été courte : quatre semaines entre la fin des vacances d'été et le 24 septembre. En second lieu, cette désaffection médiatique trouve sans doute une explication dans celle, supposée, de l'électorat, telle que l'ont reflétée les enquêtes d'opinion tout au long de l'été et le taux d'abstention le jour du vote. S'y ajoute le contexte particulier de la rentrée politique, marquée par une actualité intérieure déjà chargée. Enfin, du côté des formations politiques, on aura évidemment remarqué l'engagement mesuré qui fut le leur dans cette campagne, la réserve dont certaines d'entre elles ont fait preuve n'ayant guère contribué à une mobilisation de l'opinion et, en écho, des médias audiovisuels.

Les relevés de temps de parole des différentes formations politiques confirment, par leur faible volume, la place restreinte accordée à la consultation. Le Conseil n'a, pas eu à constater de déséquilibres qui auraient justifié une intervention de sa part.

La campagne officielle radiotélévisée

Les émissions de la campagne officielle sont un temps d'antenne que les seules chaînes de service public doivent accorder aux partis politiques ou aux candidats, suivant la nature de la consultation. Un décret détermine les bénéficiaires de ces émissions ainsi que le temps global d'antenne qui leur est imparti. Une fois ces éléments connus, il appartient alors au Conseil d'organiser la campagne sur les ondes et ce dans deux domaines :

- la programmation - il s'agit de décider avec les sociétés nationales de programme les heures auxquelles la campagne sera diffusée et d'élaborer la grille de programmation en décidant notamment de la répartition du temps global dont bénéficie chaque participant, en nombre et durée d'émissions ;

- la production - il s'agit de décider des moyens de production qui seront mis à la disposition des bénéficiaires pour l'enregistrement de leurs émissions, d'en préciser les conditions d'utilisation dans un souci d'égalité de traitement des uns et des autres et enfin de suivre la phase opérationnelle qui requiert une organisation minutieuse et une importante logistique.

Avant d'indiquer les conditions dans lesquelles le Conseil a organisé cette campagne et d'en dresser le bilan, il n'est pas inutile de rappeler le cadre juridique dans lequel elle s'est inscrite.

Contrairement aux autres consultations pour lesquelles une campagne officielle radiotélévisée nationale est prévue (élection présidentielle, élections législatives, élections européennes), il n'existe pas pour un référendum de texte permanent fixant les conditions dans lesquelles les formations politiques peuvent accéder à la campagne officielle radiotélévisée. Le Conseil constitutionnel, dans ses observations postérieures au référendum, a d'ailleurs estimé nécessaire de donner un caractère permanent aux principales règles relatives à l'organisation de la campagne en vue de cette consultation.

Pour celle du 24 septembre, c'est le décret n° 2000-667 du 18 juillet 2000 qui a fixé les conditions d'accès des partis politiques à la campagne et le temps d'antenne dont ils pouvaient bénéficier.

Les partis bénéficiaires de la campagne

Le décret a distingué deux types de partis, quatorze au total ayant été habilités par un arrêté du Premier ministre en date du 24 août 2000 à participer à la campagne :

- ceux représentés par au moins cinq députés ou sénateurs au sein d'un groupe parlementaire ; neuf partis ont été habilités à ce titre : le Rassemblement pour la République, le Parti radical de gauche, Démocratie libérale, le Mouvement des citoyens, le Parti communiste français, le Parti socialiste, Les Verts, l'Union pour la démocratie française et le Parti radical ;

- ceux ne remplissant pas la condition précédente mais ayant recueilli, seul ou au sein d'une coalition, 5% au moins des suffrages exprimés lors des élections européennes du 13 juin 1999 ; cinq partis ont été habilités à ce titre : le Front national, Lutte ouvrière, la Ligue communiste révolutionnaire, Chasse-Pêche-Nature-Traditions, le Rassemblement pour la France et l'indépendance de l'Europe.

Le temps d'antenne

Pour les partis représentés par au moins cinq députés ou sénateurs au sein d'un groupe parlementaire, le décret a prévu une répartition d'un temps total d'antenne de deux heures (par société) suivant un mécanisme relativement complexe.

Les deux heures ont été réparties dans un premier temps entre les groupes parlementaires au prorata de leurs effectifs par un arrêté du Premier ministre en date du 23 août.

Il revenait ensuite à chaque président de groupe de «sous-répartir» le temps ainsi alloué entre les partis politiques habilités proportionnellement au nombre de parlementaires déclarés par chaque parti habilité au sein de ce groupe. Cette répartition devait être notifiée au Conseil constitutionnel et au CSA avant le 1^{er} septembre.

Le CSA pouvait alors effectuer la somme des temps attribués à chaque parti par les différents présidents de groupe pour établir le temps d'antenne total de chacun des partis habilités. Néanmoins, le décret prévoyait que le CSA devait porter à cinq minutes le temps d'un parti auquel un simple calcul arithmétique accordait un temps inférieur. Compte tenu de ce mécanisme, le temps total d'antenne attribué aux partis représentés par au moins cinq députés ou sénateurs au sein d'un groupe a été de 2 heures 14 minutes 12 secondes et non de 2 heures.

Quant aux partis habilités mais non représentés par au moins cinq députés ou sénateurs au sein d'un groupe, ils bénéficiaient d'un temps total d'antenne de cinq minutes. Cependant, lorsqu'une coalition de partis avait obtenu 5% des suffrages exprimés lors des dernières élections européennes, ce temps de cinq minutes devait alors être partagé entre les partis concernés. Ceci explique que Lutte ouvrière et la Ligue communiste révolutionnaire aient eu chacune 2 minutes 30 secondes de temps d'antenne.

Le Conseil a ainsi dû organiser la campagne officielle radiotélévisée pour 14 partis, avec un volume total de temps d'émissions à programmer de 2 heures 34 minutes 12 secondes et des temps d'antenne, par parti, allant de 45 minutes à 2 minutes 30 secondes.

La programmation

La campagne officielle radiotélévisée a été diffusée du lundi 11 au vendredi 15 septembre et du lundi 18 septembre au vendredi 22 septembre, soit sur 10 jours.

Pour l'établissement de la grille de programmation, le Conseil a dû prendre en compte différents facteurs, d'ailleurs parfois contradictoires. Le tout a été de les concilier au mieux afin d'aboutir à une grille équilibrée répondant aux exigences de la communication moderne.

La répartition des temps d'antenne a été établie en fonction des éléments suivants :

- la durée quotidienne de la campagne : le volume total d'antenne de plus de 2 heures 30 conduisait, sur dix jours de campagne, à une durée quotidienne de programmation de 15 minutes en moyenne, l'expérience ayant montré qu'une plage de programmation trop longue pouvait être de nature à provoquer la lassitude et *in fine* la fuite du téléspectateur ; c'est la raison pour laquelle le Conseil a retenu, par société et par jour, deux horaires de programmation ;

- les horaires de programmation : ils ont été définis, avec les chaînes, dans le souci d'obtenir des horaires non seulement de bonne exposition mais également complémentaires afin de toucher différents publics en donnant plusieurs occasions de voir la campagne ;
- le format des émissions : il devait être adapté aux nécessités de l'expression des organisations politiques et leur permettre d'exposer leur argumentation, sans toutefois être trop long ce qui aurait pu être préjudiciable au dynamisme de la campagne ; en outre, des discussions menées avec les formations politiques, il ressortait que, si pour d'autres consultations, l'argumentaire se développe sur des thèmes divers, il n'en était pas de même pour un référendum sur le quinquennat qui ne justifiait pas de longues émissions ; si les temps affectés étaient très variables, il est néanmoins apparu nécessaire au Conseil de les répartir avec des formats d'émissions les plus homogènes possibles afin d'obtenir une certaine unité ;
- les contraintes de production : les moyens mis en place (notamment trois studios disponibles) permettaient une production d'environ une soixantaine d'émissions ;
- l'exposition : malgré leur volume réduit, les émissions des organisations politiques, disposant de 5 minutes ou moins de temps d'antenne, devaient être exposées dans de bonnes conditions ; aussi le Conseil a-t-il retenu leur programmation sur un seul horaire, celui de meilleure audience, les émissions des formations disposant d'un temps supérieur à cinq minutes étant diffusées sur deux horaires.

Ces éléments ont conduit le Conseil à élaborer une grille de programmation avec 61 émissions. Le projet a été soumis à l'avis du Conseil constitutionnel qui a été favorable. Sur la base de cette grille, un tirage au sort permettant de déterminer les jours et rangs de passage a été organisé le jeudi 7 septembre. Le CSA a alors établi sa décision.

La production

Les moyens de production et leurs conditions d'utilisation ont été fixés par le Conseil dans une décision en date du 26 juillet, après soumission du projet au Conseil constitutionnel qui a émis un avis favorable. La décision reconduisait les moyens habituellement mis en place et qui permettaient aux organisations politiques de concevoir leurs émissions avec des sources variées d'images : studio, séances de palette graphique permettant de réaliser avant le montage des effets spéciaux, possibilités d'enregistrer des émissions à l'extérieur, à Paris ou en province, avec la mise à disposition d'une équipe de production, possibilité pour les partis d'apporter des inserts réalisés par leurs soins et à leurs frais, ces inserts ne pouvant cependant occuper plus de 50% d'une émission égale ou inférieure à 2 minutes 30 et plus de 40% d'une émission supérieure à 2 minutes 30. Des cellules de montage numériques étaient mises à la disposition des partis. La production se déroulait dans des espaces spécialement aménagés à cet effet à la Maison de Radio France. Il est en effet important pour une bonne organisation de disposer d'un lieu unique de production, facilement accessible aux représentants des formations politiques, à l'emploi du temps chargé dans de telles périodes.

Sur les 61 émissions diffusées, 43 ont fait l'objet d'une production effective, la différence s'expliquant par le choix des partis de rediffuser des émissions déjà produites. Les partis ont peu utilisé les tournages en extérieur : six au total sur l'ensemble de la campagne. Pour la radio, ils n'ont eu que très peu recours à des enregistrements spécifiques, préférant reprendre le son des émissions télévisées.

Bilan de la campagne officielle

Une constatation s'impose : l'audience des émissions de la campagne a été plus faible qu'aux dernières élections européennes, avec un peu plus de cinq millions de téléspectateurs âgés de 15 ans et plus en moyenne par jour, contre sept millions en 1999.

Plusieurs raisons peuvent l'expliquer.

Les raisons déjà évoquées sur la faible part réservée au traitement du référendum dans les émissions d'information trouvent également à s'appliquer aux émissions de la campagne officielle. Le Conseil a ainsi pu noter une moindre implication des partis politiques dans la réalisation des émissions. Sans doute l'enjeu n'était-il pas le même.

Il faut aussi reconnaître que le calendrier n'a pas favorisé des conditions de préparation optimale. A la période estivale précédant la campagne, aux universités des partis qui traditionnellement se tiennent à la rentrée et qui les mobilisent, des délais institutionnels contraignants se sont ajoutés. Les partis politiques n'ont en effet définitivement connu le nombre et le temps de leurs émissions que le mercredi précédant la diffusion des émissions à l'antenne. Cette information dépendait de différentes opérations s'enchaînant dans le temps : connaissance du temps de chaque parti le 1^{er} septembre, élaboration de la grille une fois cet élément connu, présentation du projet de grille au Conseil constitutionnel le mercredi 6 septembre. Le Conseil s'est bien sûr efforcé de donner préalablement aux partis politiques des éléments d'information afin qu'ils puissent se préparer avec des délais raisonnables. Ils étaient, en tout état de cause, informés des conditions de production puisque la décision du CSA avait été publiée fin juillet. Cela n'a d'ailleurs pas été le moindre des paradoxes pour le Conseil que de définir les moyens de production sans connaître le nombre d'émissions à produire... Il était cependant essentiel d'anticiper, à partir d'hypothèses que l'on espérait les plus justes possibles, tant pour l'information des partis que pour les moyens de production requérant une préparation et une installation de plusieurs semaines avant le début de la campagne.

* *

*

On reprendra ci-après les observations formulées par le Conseil constitutionnel à l'issue du référendum.

Pérennisation des règles de portée générale sur l'organisation du référendum

Le Conseil constitutionnel estime nécessaire de donner un caractère permanent aux principales règles relatives à l'organisation du référendum et à la campagne en vue du référendum. Cette pérennisation permettrait de simplifier la préparation du scrutin et répondrait à l'exigence démocratique de stabilité des règles de droit relatives à l'expression du suffrage.

Simplification du mécanisme de détermination de la durée des émissions de la campagne officielle pour un référendum

Le processus qui a permis d'aboutir à la détermination du temps d'émission alloué à chaque bénéficiaire a été lourd et complexe et il a entraîné une connaissance tardive du nombre d'émissions et de leur format.

Il y aurait lieu de simplifier ce processus. Le Conseil constitutionnel s'interroge sur l'utilité de l'intervention des présidents de groupes parlementaires qui ont une compétence liée,

puisqu'au moment de la démarche d'habilitation, chaque organisation politique joint la liste des parlementaires qui la représentent et le groupe parlementaire dont ils relèvent.

PROPOSITIONS DU CSA SUR L'ÉVOLUTION DES DISPOSITIONS ÉLECTORALES EN MATIÈRE AUDIOVISUELLE

Le Conseil supérieur de l'audiovisuel a constamment souligné dans ses différents rapports sur les élections l'inadaptation de certains aspects de la réglementation. Au cours du mois de juillet, il a de nouveau appelé l'attention des autorités sur les nécessaires évolutions des dispositions du code électoral ayant trait à l'organisation des campagnes officielles radiotélévisées. Il lui semblait en effet important que la réflexion puisse s'engager très rapidement sans attendre que la proximité de l'élection présidentielle et des élections législatives rende impossible une nouvelle fois toute modification législative et il appelait de ses vœux la constitution d'un groupe de travail sur ce thème.

Au cours du mois de septembre, le Premier ministre a répondu qu'il souscrivait au principe de la constitution d'un groupe de travail associant le ministre de l'intérieur, le ministre de la culture et de la communication, la direction du développement des médias et le CSA. Il demandait au secrétariat général du gouvernement d'organiser, dans les meilleurs délais, une première réunion.

Celle-ci s'est tenue le 23 octobre. Elle a permis d'examiner les principales difficultés rencontrées dans l'application des textes et les possibilités ou non de leur évolution. Le Conseil a insisté tout particulièrement, dans la perspective des élections législatives de 2002, sur la nécessaire suppression de l'obligation de diffusion simultanée des émissions officielles sur les antennes des différentes chaînes de télévision.

S'agissant de l'élection présidentielle, le Conseil supérieur de l'audiovisuel a été associé aux réunions destinées à examiner les modifications du décret du 14 mars 1964 portant application de la loi du 6 novembre 1962 relative à l'élection du Président de la République au suffrage universel, loi elle-même modifiée par le Parlement au début de l'année 2001 afin d'y apporter des modifications techniques de nature à améliorer le déroulement de l'élection.

La rédaction du récent décret du 8 mars 2001 portant application de la loi du 6 novembre 1962 modifiée relative à l'élection du Président de la République, dans ses dispositions relatives à la campagne officielle radiotélévisée, a permis d'intégrer les observations formulées par le Conseil constitutionnel consécutivement à l'élection présidentielle de 1995. Il apporte un assouplissement des procédures encadrant cette campagne.

LE PLURALISME EN DEHORS DES PÉRIODES ÉLECTORALES

L'évaluation du pluralisme

A partir de janvier 2000, de nouvelles modalités d'évaluation du pluralisme ont été mises en place. Ses principes ont été décrits dans le rapport d'activité du Conseil pour 1999.

Une année d'application a montré leur utilité, en ce qu'elles permettent une appréciation du pluralisme plus affinée et concrète.

Chaque mois, le Conseil examine les temps globaux des interventions politiques dans les journaux télévisés en les rapprochant des thèmes de l'actualité, et en considérant leurs horaires de diffusion.

Les chiffres d'un mois donné sont également appréciés par rapport aux trois derniers mois écoulés (système du trimestre glissant), ce qui permet à la fois d'atténuer les répercussions des événements de l'actualité et d'apprécier les rééquilibres auxquels les chaînes ont pu éventuellement procéder.

Enfin, la prise en compte des temps d'intervention des partis politiques non représentés au Parlement a permis d'avoir un indicateur de référence plus adapté à l'appréciation du débat démocratique.

Figurent en annexe 29, les relevés de temps d'intervention dans les journaux télévisés, présentés selon le nouvel indicateur de référence (gouvernement, majorité parlementaire, opposition parlementaire, partis non représentés au Parlement) de manière cumulée sur l'ensemble de l'année 2000 ainsi que par trimestres glissants.

Dans la même annexe, figurent les relevés de temps de parole dans les magazines d'information et autres émissions du programme, un dernier tableau synthétisant les temps de parole des différentes formations politiques par genre d'émissions.

Les relevés n'incluent pas les temps de parole liés au référendum (cf. *supra*).

Si le Conseil n'a pas noté de déséquilibres notables dans les journaux télévisés, il a appelé l'attention de certains diffuseurs sur les répartitions obtenues dans les magazines d'information (TF1, France 2, France 3 présentaient ainsi un pourcentage de temps de parole déséquilibré en faveur de l'opposition parlementaire, les partis non représentés au Parlement ayant de surcroît une faible part sur France 2) ou dans les autres émissions du programme (Canal+ avec un déséquilibre au profit de la majorité parlementaire). Pour ces dernières, les volumes d'intervention sont très variables selon les chaînes : ils dépendent des choix éditoriaux et des politiques d'invitations.

Émissions d'expression directe

Par décision du 7 décembre 1999, le Conseil a fixé les modalités de programmation des émissions d'expression directe pour les formations politiques et les organisations syndicales et professionnelles qui en bénéficient.

La liste des bénéficiaires de l'année 1999 a été reconduite. Les horaires de diffusion ont également été les mêmes, à l'exception de France 2 pour laquelle les émissions de 2 minutes ont été programmées le mardi vers 13h50 au lieu du jeudi vers 22h30. Ce changement a permis une amélioration du taux d'audience.

Ces émissions ont été suspendues du 1^{er} au 24 septembre, en raison du référendum, entraînant des permutations dans le calendrier initialement établi.

L'ÉTHIQUE DANS LES ÉMISSIONS D'INFORMATION

Comme chaque année, Conseil a été saisi de requêtes ayant trait au respect des principes déontologiques dans les émissions d'information.

Selon les cas, le Conseil peut tout aussi bien être conduit à soutenir le point de vue des chaînes qu'à leur adresser des remarques.

Dans le premier cas, et après visionnage, il advient que le Conseil ne partage pas les observations des requérants. En effet, les principes de pluralisme et d'honnêteté ne sauraient être systématiquement évoqués pour empêcher une approche critique, dans le traitement de faits d'actualité, dès lors qu'elle s'avère fondée. Dans d'autres cas, le Conseil est amené à pondérer les jugements, parfois emportés par un visionnage sélectif ou hâtif, voire passionnés.

Néanmoins, le Conseil a adressé des remarques à certains diffuseurs ou leur a demandé les raisons qui justifiaient une telle approche éditoriale.

Saisi d'une séquence diffusée par France 3 Corse dans laquelle étaient interviewés des représentants de mouvements clandestins encagoulés et armés, avec transformation de leurs voix, le Conseil a interrogé le directeur général de France 3. Il s'étonnait, en effet, qu'une telle tribune puisse être donnée à une organisation illégale, alors même que le courant qu'elle prétend incarner dispose de représentants au sein de l'Assemblée de Corse. Dans sa réponse, France 3 a souligné que ces interviews avaient été réalisées au lendemain des rencontres dites de « Matignon 2 », l'objectif de la chaîne ayant été de rompre, en cette occasion, avec la pratique d'un strict compte rendu et de proposer un vrai dialogue avec questions et réponses. De son point de vue, ces interventions avaient permis de confronter les positions des représentants officiels du nationalisme corse participant aux rencontres de Matignon avec celles du mouvement clandestin qui annonçait sa réunification.

Le Conseil a également fait part à France 3 de ses réserves sur l'émission *Paroles d'enfants* diffusée en mars et intitulée « Viols d'enfants : la fin du silence ».

Si l'émission présentait une enquête étayée sur un sujet important (les pratiques sectaires pédophiles), deux éléments appelaient cependant une réserve : en premier lieu, la citation d'écoutes téléphoniques qui, sorties de leur contexte, pouvaient voir leur sens modifié ; en second lieu, les graves propos d'une magistrate concernant l'existence de charniers d'enfants en région parisienne lors du plateau qui suivit la diffusion du reportage.

Sur France 2, le Conseil avait été saisi de propos tenus par Michel Drucker dans un numéro de *Vivement dimanche* diffusé le 5 novembre. S'adressant à M. François Bayrou, invité de l'émission, celui-ci précisait à propos de Toulouse : « Et bientôt le maire sera votre ami, Philippe Douste-Blazy ». Le Conseil a adressé un courrier à France 2 pour lui demander de veiller à ce que les animateurs n'anticipent pas sur les choix qu'auront à opérer les électeurs.

Le Conseil a exprimé ses réserves aux dirigeants de LCI et de France 2, sur une séquence filmée à distance montrant, après la finale de l'Eurofoot, un échange entre MM. Roger Lemerre et Didier Deschamps respectivement entraîneur et capitaine de l'équipe de France. Cette séquence était présentée avec un doublage-son reconstituant le contenu de cette conversation grâce à une lecture labiale. Le Conseil a considéré comme déontologiquement choquant le procédé utilisé. La curiosité supposée du public ne saurait justifier que l'on transgresse la barrière entre information du public et conversation privée.

Le Conseil a été saisi par le proviseur d'un lycée dans lequel s'était introduit un individu dissimulé sous une cagoule faisant irruption dans une salle de classe, en poussant un cri d'une extrême violence et brandissant un objet en direction du professeur. Il s'est avéré que l'objet était une caméra miniature permettant l'enregistrement du cri et des effets produits. Cette séquence avait été ensuite diffusée sur l'antenne de Canal+ dans l'émission *L'Appartement* au cours d'une rubrique régulière intitulée « Le Cri d'Anonymous ». La chaîne a fait savoir qu'elle regrettait l'émotion ainsi suscitée auprès des élèves et des enseignants. La rubrique se voulant en principe humoristique et décalée puisqu'elle consistait à saisir les réactions du public dans des circonstances inhabituelles, mais sans intention de nuire. La

chaîne s'est engagée à prendre les mesures nécessaires pour que de telles situations ne se reproduisent plus.

(L'éthique des programmes est également traitée dans les parties consacrées à la protection de l'enfance et dans celles consacrées aux programmes radiophoniques, cf. infra).

Protection de l'enfance et de l'adolescence

APPLICATION DE LA SIGNALÉTIQUE

Nombre de programmes signalisés ¹

Tableau n°1

Les comparaisons statistiques des volumes de programmes signalisés d'une chaîne à l'autre doivent toujours être maniées avec précaution. Dans le domaine de la classification des programmes il n'existe pas d'étalonnage rigoureux. Les volumes les plus élevés reflètent à la fois une politique éditoriale faisant une large place en soirée à des thématiques violentes, mais aussi une volonté d'alerter les parents sur les programmes qui ne sont pas destinés au jeune public.

Comme en 1999 mais à un rythme plus soutenu, on constate sur les chaînes en clair une augmentation des programmes de catégorie 2. Les volumes des catégories 3 et 4 restent globalement analogues à l'an passé.

La hausse des programmes classés en catégorie 2 est très sensible sur France 2, TF1 et M6. Si elle peut être la preuve d'une attention plus grande de la part des diffuseurs, elle est néanmoins préoccupante. Elle témoigne, en effet, d'une augmentation des programmes qui peuvent heurter la sensibilité des jeunes pour la violence du contexte ou la crudité du langage et d'un infléchissement des lignes éditoriales des chaînes généralistes. Elle peut aussi marquer le recours à des programmes situés à la frontière de la catégorie 3. Elle est enfin particulièrement gênante dans un contexte de réception dans lequel la moitié des parents ne comprend pas la signification d'alerte du sigle bleu².

Le nombre de programmes signalisés en catégorie 3 est resté stable. Une légère baisse est même observée sur TF1 et sur M6, alors qu'on constate une hausse sur France 3. Les programmes de catégorie 4 ont un peu augmenté sur TF1 et sur France 3, alors qu'ils ont très légèrement baissé sur M6.

Sur Canal+, on constate un léger recul des programmes classés dans les catégories 2 et 3 qui peut correspondre à une modification de la politique de la chaîne qui jusque-là n'hésitait pas à signaler en catégorie supérieure des films qui comportaient des scènes susceptibles de heurter la sensibilité des plus jeunes même s'ils disposaient d'un visa tous publics³. En revanche, le nombre de programmes classés en catégorie 4, qui correspond essentiellement aux films interdits aux moins de 16 ans, a connu une augmentation.

Horaires et genres des programmes signalisés

Tableaux n°2 et 3

Les chaînes utilisent surtout la signalétique pour la fiction. Le nombre de documentaires ou de magazines signalisés a cependant augmenté significativement en un an. Cette hausse traduit surtout une familiarisation plus grande de l'ensemble des unités de programmes des chaînes avec la signalétique. Cette évolution est indispensable puisque la loi du 1^{er} août

¹ Tous les tableaux sont regroupés en annexe 31.

² Voir infra, résultats de l'étude sur l'audience des programmes signalisés.

³ Il n'a pas été possible de prendre en compte les programmes courts que la chaîne a diffusés avec une classification de catégorie 2 ou supérieure, lorsque cette classification n'était pas donnée dans les avant-programmes de la chaîne.

2000 impose le système pour tous les programmes, alors qu'il ne s'appliquait jusque-là qu'aux œuvres.

Programmes de catégorie 2

Sur France 2, la hausse provient essentiellement des séries : quelques numéros des séries policières *Jag*, *Nash Bridges*, *Brigade des mers*, diffusées entre 18h et 19h, quelques épisodes de séries françaises (comme *Avocats et associés*, *P.J...*) et américaines (*Urgences*) diffusées avant 22h et une majorité de séries américaines diffusées après 22h (comme *Les Soprano*, *Millennium* ou *Nikita* qui a été pour sa part diffusée à 1h).

Sur TF1, l'augmentation vient essentiellement des téléfilms. La chaîne, qui jusque-là s'était refusée à diffuser des programmes de catégorie 2 en journée, a proposé certains téléfilms français à 9h en semaine, accompagnés de cette signalétique. Elle a également accompagné d'une signalétique 2 la programmation de la série américaine *New York Unité spéciale* diffusée le dimanche à 15h10, à partir de septembre.

La plupart de ces programmes sont cependant offerts après 22h. La série *Affaires non classées*, consacrée aux affaires élucidées par un médecin-légiste, dont 8 épisodes ont été classés en catégorie 3, représente à elle seule la moitié des épisodes de séries de catégorie 2 diffusées par la chaîne. Mais la majorité est composée de 55 téléfilms, essentiellement les jeudi et samedi.

Sur M6, l'accroissement est dû à des épisodes de séries. La chaîne a ainsi classé dans cette catégorie, 38 épisodes de *Au-delà du réel*, 39 épisodes de *Buffy contre les vampires*, 49 épisodes de *X-Files*, 31 de *Poltergeist*, 17 de *The Crow : Stairway to heaven*, 14 de *Highlander*, 11 de *Profiler*, 9 de *Sex and the City*, ainsi que 131 téléfilms. Ces programmes sont diffusés après 22h pour les deux tiers.

Programmes de catégorie 3

Globalement le nombre de programmes de catégorie 3 diffusés sur les chaînes hertziennes reste stable.

Sur France 3, le volume des téléfilms signalisés en 3 a fortement augmenté. 13 des 21 téléfilms diffusés dans cette catégorie correspondent à la case de troisième partie de soirée du mercredi qui a été remplacée en septembre par une case cinéma puis en janvier 2001 par *Les Dossiers de l'histoire*, une case documentaire.

Sur M6, le nombre de séries classées en catégorie 3 (épisodes des séries *X-Files*, *Poltergeist*, *Au-delà du réel*) a baissé, mais le nombre de films interdits aux moins de 12 ans a augmenté.

Le nombre de programmes classés en catégorie 3 et diffusés en première partie de soirée est resté limité. France 3 et M6 sont les chaînes qui en ont diffusé le plus (11 chacune). Mais France 3 a accompagné d'une signalétique 3 trois films qui disposent d'un visa tous publics (*Malice* de Harold Becker, *Contre-enquête* de Sydney Lumet, *Il était une fois l'Amérique* de Sergio Leone) ainsi que trois téléfilms américains et un épisode de la série *Cold Squad*.

M6 a classé en catégorie 3 et diffusé avant 22h deux épisodes de *X-Files* (à 21h45), un film américain tous publics (*Double impact* de Sheldon Lettich), trois téléfilms français à suspense (dont deux de la Collection *Vertiges*), un magazine consacré à la brigade des mineurs. Les deux chaînes ont par ailleurs diffusé à 21h quatre films interdits aux moins de 12 ans, classés en catégorie 3.

Programmes de catégorie 4

Le nombre de programmes de catégorie 4 s'est maintenu à un niveau stable. C'est M6 qui diffuse la plus grande majorité de ces programmes sur les chaînes hertziennes en clair. Il s'agit pour l'essentiel des programmes diffusés à 23h20 dans la case érotique du dimanche. TF1 a légèrement augmenté sa programmation de magazines ou de rubriques consacrés à des sujets érotiques.

Films interdits aux moins de 12 ans diffusés avant 22h

La signalétique recommande une attention particulière pour le nombre et pour le choix des films interdits aux moins de 12 ans et diffusés en première partie de soirée. Concrètement, le Conseil demande aux chaînes de ne pas dépasser le chiffre de 4 films par an. En outre, il serait souhaitable que leur visa soit ancien et que leur passage à la télévision ne risque pas de heurter le principe de protection de l'enfance. Toutes les chaînes ont diffusé 4 films interdits aux moins de 12 ans à l'exception de France 2 qui a limité à deux films cette exception sur son antenne. Cet effort est à souligner. Sur l'ensemble des chaînes cependant, les films choisis sont récents et tous d'origine américaine.

Programmes de catégorie 5

Lors de la renégociation de sa convention, le Conseil a demandé à Canal+ de mettre en place un système de double cryptage des programmes de catégorie 5. Ce système permettra aux abonnés recevant Canal+ par signal numérique de demander à recevoir ces programmes en crypté. Ils pourront y accéder grâce à un code d'accès personnel (article 16 alinéa IV de la convention).

Origine des programmes signalisés

Tableau n°4

Comme les années précédentes, les programmes signalisés dans les catégories 2 et 3 sont très majoritairement d'origine américaine (respectivement 67% et 73,6%).

Mais on observe une augmentation sensible du nombre de programmes d'origine française signalisés en catégorie 2 sur France 2, France 3 et TF1.

Comme les années précédentes, les programmes signalisés en catégorie 4 sont majoritairement d'origine française et européenne. Ils correspondent pour l'essentiel à la programmation érotique de M6.

ÉTUDE SUR L'AUDIENCE DES PROGRAMMES SIGNALISÉS AUPRÈS DES ENFANTS DE 4 A 12 ANS

Le Conseil a reçu en août les résultats de l'étude commandée à l'institut Médiamétrie pour mieux connaître l'audience des programmes signalisés auprès des enfants de 4 à 12 ans et pouvoir la comparer à l'audience des programmes non signalisés.

En 1999, une première étude sur la connaissance de la signalétique par les parents avait été commandée. Médiamétrie avait procédé à un sondage auprès d'un échantillon de 500 parents appartenant à un foyer comportant au moins un enfant de 2 à 14 ans.

L'étude montrait une sensibilisation des parents au dispositif de la signalétique. La plupart d'entre eux avaient remarqué la présence des pictogrammes sur le petit écran et dans leur grande majorité pouvaient citer au moins un symbole correct. Ils déclaraient la prendre en compte dans le choix de programme de leurs enfants et trouvaient que cet outil était utile, voire très utile. Mais le sens des pictogrammes n'était pas acquis. Le problème le plus grave restant celui du rond bleu qui est perçu par 49% des personnes interrogées comme une recommandation pour la famille, voire pour les enfants, donc comme un feu vert malgré le changement de couleur intervenu en août 1998.

Dans sa seconde étude, Médiamétrie a étudié l'audience auprès des enfants¹⁴ des programmes de fiction diffusés en 1999 sur TF1, France 2, France 3, Canal+ et M6, selon leur classification.

Les principaux enseignements que l'on peut retenir sont les suivants.

Les plus fortes audiences moyennes des 4-12 ans se retrouvent sur les programmes de catégorie 1 ou 2.

- sur TF1, les films de catégorie 1 et 2 en première partie de soirée diffusés en semaine (mardi soir) (respectivement 10,7 et 6,5 points d'audience) ;
- sur France 2, les films de catégorie 2 (7,4) et 1 (4,8) diffusés en semaine (mardi soir) ;
- sur France 3, les films de catégorie 2 diffusés en journée (4,1)¹⁵ et les téléfilms de catégorie 2 diffusés le mercredi (3,6) ;
- sur Canal+ les films de catégorie 1, les téléfilms de catégorie 1 et 2 (entre 5 et 5,9) diffusés en première partie de soirée le week-end ;
- sur M6, les séries de catégorie 1 ou 2 diffusées en journée et en première partie de soirée le week-end (4,6 et 4,7).

La signalétique produit une diminution de l'audience des 4-12 ans («effet signalétique») qui est davantage sensible sur certaines chaînes (TF1 et M6), sur certains programmes (films) et à certains horaires.

L'effet de la signalétique est moins fort sur France 2 et sur France 3. Mais il est vrai que les chaînes de service public diffusent moins de programmes signalisés.

L'effet de la signalétique n'est pas très perceptible sur Canal+, en particulier sur les films de première partie de soirée diffusés en semaine.

Ce résultat se déduit notamment des deux précédents : il n'y a pas d'effet pervers chez les 4-12 ans en faveur des programmes signalisés.

Les programmes de catégorie supérieure à 2 sont généralement diffusés à des horaires tardifs, ce qui assure de façon générale une audience plus faible chez les 4-12 ans pour les programmes de catégorie 3, 4 et 5.

Les programmes de catégorie 3 obtiennent dans certains cas des audiences similaires aux programmes tous publics ou de catégorie 2 diffusés aux mêmes horaires, voire des audiences supérieures, mais il s'agit d'exceptions.

¹⁴ Les 4-12 ans vivant dans un foyer équipé TV représentent en France 6,291 millions d'enfants ; les 4-12 ans vivant dans un foyer abonné à Canal+ sont 1,535 million.

1 point d'audience sur les chaînes hertziennes en clair représente 62 900 enfants, 1 point d'audience sur Canal+ représente 15 350 enfants.

¹⁵ il s'agissait de *La Guerre du feu*.

L'effet de la signalétique est observable par rapport à la diffusion des programmes individuels (films) qui bénéficient souvent d'une promotion par bande-annonce appuyée. Il s'observe moins face aux collections et aux séries.

Les deux téléfilms de catégorie 3 diffusés en première partie de soirée sur TF1 ont eu une audience comparable aux téléfilms tous publics alors que sur M6 les films et téléfilms de catégorie 3 diffusés en première partie de soirée ont des audiences enfantines nettement plus faibles que les films et téléfilms diffusés aux mêmes heures sans signalétique.

Sur M6, l'effet signalétique s'observe en seconde partie de soirée le week-end (pour la série *Poltergeist*) mais pas en semaine (série *X-Files*) : les épisodes des séries diffusées en semaine signalisés en catégorie 3 obtiennent globalement une audience moyenne supérieure aux épisodes signalisés en catégorie 2. L'attrait de certains programmes (*X-Files*) semble supérieur au message de la signalétique. On fait la même observation sur les audiences de la série *Urgences* sur France 2 (le dimanche soir) qui obtiennent une audience légèrement supérieure sur les 4-12 ans quand ils sont signalisés en catégorie 2 par rapport aux épisodes non signalisés.

Dans le cas des séries et des téléfilms (qui sont souvent des collections, donc des séries du point de vue des téléspectateurs), la relation au programme semble primer sur la présence de la signalétique.

Certains programmes signalisés en catégorie 3 et diffusés après 22h30 sont regardés par un nombre non négligeable d'enfants.

Il est frappant de constater que même après 22h30 la présence continue de la signalétique à l'antenne n'est pas complètement ni systématiquement dissuasive pour les 4-12 ans. C'est ainsi que pour les épisodes de la série *X-Files* diffusée sur M6 et pour la case du samedi soir réservée à des téléfilms américains sur TF1 les audiences sont similaires que les téléfilms soient classés en 2 ou en 3 (respectivement 1,4 et 1,3 en audience moyenne).

En revanche, les enfants ne sont pas présents devant les téléfilms érotiques classés en catégorie 4 de M6 (audience de 0,1).

Canal+ : l'audience préoccupante des films de catégories 3 et 4 en première partie de soirée¹⁶.

Canal+ est la seule chaîne hertzienne à pouvoir diffuser sans limitation de nombre des films interdits aux moins de 12 ans, voire de 16 ans, en première partie de soirée.¹⁷

En première partie de soirée, l'audience des films interdits aux moins de 12 ans diffusés en semaine est notable (2,2) ainsi que celle des films interdits aux moins de 16 ans (1,4) avec un taux de fidélité important (34,4 pour les premiers¹⁸, 26,4 pour les seconds). En semaine, l'audience des films interdits aux moins de 16 ans est à peine plus faible que celle des films tous publics (1,9).

L'audience des films pornographiques diffusés sur Canal+ était en moyenne sur l'année de 0 ;6. 11% des enfants des foyers abonnés ont été en contact au moins pendant 1 minute avec un film X (sur l'année); 1,2% en a vu la moitié.

¹⁶ Les audiences de Canal+ citées ici sont établies sur les foyers abonnés.

¹⁷ La diffusion de films interdits aux moins de 16 ans est interdite en journée dans la nouvelle convention de la chaîne.

¹⁸ Cela signifie que les enfants qui ont regardé ces programmes (soit 6,4 chiffre d'audience cumulée) en ont vu en moyenne 34,4%.

Médiamétrie considère que ces données sont fiables dans la mesure où les enfants savent qu'ils doivent absolument déclarer leur écoute même lorsqu'elle est faite en cachette des parents et que ceux-ci n'en sauront rien car la déclaration est anonyme. Etant donné l'impact particulièrement destructeur de ces films sur les jeunes enfants, ces chiffres sont très préoccupants.

Nécessité d'une campagne d'information sur la signalétique.

Après avoir reçu ces résultats, le Conseil en a fait part aux chaînes hertziennes et leur a demandé de réfléchir aux moyens de renforcer l'information des parents sur le dispositif de la signalétique et d'accroître leur vigilance sur les programmes regardés par les plus jeunes. Une réunion a eu lieu le 21 septembre au cours de laquelle l'ensemble des diffuseurs s'est engagé à mettre au point une campagne d'information centrée sur le système de gradation de la signalétique afin d'éviter la sous-estimation de la signification d'alerte du sigle bleu qui marque le deuxième degré dans la classification des programmes.

TÉMOIGNAGES DE MINEURS

France 3

Le Conseil a rappelé à la chaîne que les sujets qui concernent des mineurs en danger doivent être abordés avec le maximum de précautions afin que leur équilibre et celui de leurs parents ne soient pas fragilisés davantage par la diffusion d'un reportage. Dans le cas de l'émission *Des racines et des ailes*, du 23 février, un reportage consacré au centre psychiatrique de l'enfant et de l'adolescent du Docteur Rufo à Marseille montrait des parents en train de se voir signifier de façon très brutale un diagnostic sur leur enfant autiste. Le Conseil partage le souci de la chaîne que ce genre de sujet concernant la santé publique soit abordé à l'antenne étant donné son importance et le besoin d'information du public. Il comprend également le parti pris du reportage de donner à la fois le point de vue des parents et celui des professionnels de la santé confrontés à ce type de cas. Mais il est important de ne pas donner l'impression que le reportage se transforme en piège pour ceux qui ont accepté que l'entretien avec leur médecin soit filmé, alors même qu'ils ignoraient la nature du diagnostic qui allait leur être fait. C'est un problème qui se pose souvent lorsque la caméra filme une consultation médicale même avec l'accord des protagonistes.

M6

Le Conseil a fait part à M6 de son inquiétude à la suite de l'émission *Zone interdite* sur l'adoption diffusée le 23 avril. L'un des reportages intitulé «Peut-on rendre son enfant ?» était particulièrement choquant. On y voyait des parents adoptifs se plaindre ouvertement d'une association humanitaire parce qu'elle leur avait «procuré» un enfant qui n'était pas à la hauteur de leurs attentes. Leurs propos à l'encontre de leur fille évoquant son retard intellectuel et certains comportements anormaux étaient indignes tant ils manquaient à leur devoir de protection. L'absence de point de vue tiers (médical, par exemple) qui aurait pu relativiser l'attitude des parents était également frappante. Le Conseil comprend parfaitement le besoin journalistique d'informer le public sur les difficultés que peut susciter la démarche d'adoption ; en revanche, la mise en cause par des parents de leur enfant mineur, qui plus est lorsque celui-ci est partiellement handicapé, pose un vrai problème.

Le Conseil a appelé l'attention de la chaîne sur l'émission *Zone interdite* consacrée au tourisme sexuel, diffusée le 17 septembre à 20h50. Le premier reportage de cette émission est apparu racoleur, ponctué d'images de femmes nues risquant même, de ce fait, contrairement à l'objectif de l'émission, d'encourager le développement du tourisme sexuel. Ce genre de reportage se doit en premier lieu de respecter la dignité des personnes et en particulier celle des jeunes femmes. Or le reportage les traite régulièrement de «filles» et

interpose même à l'intérieur d'une interview de l'une d'elles à son domicile des images de strip-tease.

Cela amène une réflexion plus générale sur les conditions de protection de l'identité des personnes interviewées dans cette émission. Sauf lorsqu'il s'agit de « clients » ou de certains témoins qui ont apparemment tenu à garder l'anonymat, la protection de l'identité des victimes, et en particulier celle des mineures, n'a pas été toujours effectuée avec le même degré de sérieux et d'efficacité.

Des problèmes de même nature ont été observés dans le reportage « Les Enfants terribles » diffusé au cours de *Zone interdite* du 1^{er} octobre. Dans ce reportage, le floutage utilisé était parfois très léger ou ne portait que sur le bas des visages, laissant apparaître en clair les yeux des enfants, rendus de ce fait parfaitement reconnaissables.

Le Conseil est conscient des problèmes d'images que pose l'impératif de protection de l'identité des mineurs impliqués dans des situations difficiles, mais lorsque cet impératif est pris en compte dès le tournage, il est possible de l'intégrer. En tout état de cause, le masquage du bas du visage seulement ne saurait assurer efficacement la protection demandée.

PROMOTION D'ACTIVITÉS ILLÉGALES

France 2

Le Conseil a reçu plusieurs courriers de téléspectateurs heurtés de voir, sur le plateau de l'émission *Ça se discute* du 20 septembre, une personne faisant état d'activités s'apparentant au proxénétisme. Le Conseil a répondu que l'animateur avait fait en sorte que soit rappelé, en l'occurrence par une autre invitée, que ce genre d'activité était illégale.

A cette occasion, le Conseil a demandé à nouveau à France 2 de veiller à ce que des conduites répréhensibles soient présentées sans complaisance et que le cadre de la légalité soit systématiquement et clairement rappelé, afin que ne se reproduisent pas des dérapages constatés lors des émissions des 12 janvier et 1^{er} mars, au cours desquelles des activités illégales voire dangereuses avaient été présentées avec la plus grande complaisance.

La représentation des minorités

En novembre 1999, le CSA décidait de réaliser une étude permettant d'évaluer la place réservée sur les antennes des chaînes hertziennes françaises aux différentes composantes de la communauté nationale. Les principaux résultats ont été publiés dans *La Lettre du CSA* de juin 2000.

Portant sur la semaine, aléatoire, du 11 au 17 octobre 1999 et sur les programmes diffusés de 17h à minuit par TF1, France 2, France 3, Canal+ et M6, cette étude mesure la présence des minorités ethniques sur les chaînes nationales. Elle s'inspire d'une enquête réalisée en 1991 par le Centre d'information et d'études sur les migrations internationales, à la demande de l'association Rencontres audiovisuelles. Le Conseil pense avoir ainsi contribué à une prise de conscience du problème et à une attitude plus volontariste des différents acteurs concernés.

Le décret modifiant les cahiers des missions et des charges des chaînes publiques, en vue d'assurer une meilleure représentation des minorités à la télévision, est intervenu au terme d'un processus qui avait débuté en 1999. A chaque étape de la procédure, le Conseil a contribué à accélérer la prise des décisions nécessaires. Il estime qu'une juste représentation des minorités visibles dans les médias est la seule manière, notamment pour

la télévision, de jouer son rôle intégrateur de manière crédible, c'est-à-dire en reflétant la société française telle qu'elle est.

Le Conseil sera donc attentif aux efforts des chaînes publiques pour respecter les nouveaux principes que leurs cahiers des missions et des charges comprennent désormais. De même, s'est-il attaché à faire aboutir cette évolution sur les chaînes commerciales. C'est ainsi que la nouvelle convention de Canal+, signée le 29 mai 2000, inclut le principe de « représentation à l'antenne [de] la diversité des origines et des cultures de la communauté nationale ».

Œuvres audiovisuelles

DIFFUSION

L'ensemble des diffuseurs hertziens nationaux ont respecté la réglementation issue du décret n° 90-66 du 17 janvier 1990 modifié, en matière de quotas d'œuvres audiovisuelles européennes et d'œuvres audiovisuelles d'expression originale française, tant aux heures de grande écoute que sur l'ensemble du programme.

Toutes les chaînes ont rempli aisément l'obligation de 60% d'œuvres européennes. Sur l'ensemble de la diffusion, France 2 et La Cinquième présentent des pourcentages fort élevés et en progression par rapport à l'année précédente (respectivement 70,9% et 80,8%). Aux heures de grande écoute, ce quota est renforcé sur la plupart des chaînes, à l'exception de France 2, en baisse de 1,4 point. En effet, la chaîne publique a proposé une cinquantaine d'heures supplémentaires de fictions étrangères, essentiellement américaines. Les scores de TF1 et de France 3 sont exemplaires, avec respectivement 71,3% et 81,2%. Canal+ respecte, cette année, le quota d'œuvres européennes dans ce créneau horaire, avec un pourcentage de 66,2% contre 59,5% en 1999. La chaîne cryptée a programmé, dans la case du samedi soir, un nombre plus important de séries françaises qu'elle coproduit (*Blague à part, La Cape et l'Épée, Éva Mag, H, Mes pires potes, Le Pire des Robins des bois*).

Le quota de 40% exigés d'œuvres d'expression originale française est largement dépassé sur toutes les chaînes, aussi bien sur l'ensemble de la diffusion (65,9% sur La Cinquième) que dans les tranches horaires de grande écoute, avec des taux comme ceux de TF1 et de France 3, 60% et 74% respectivement. Sur cette dernière tranche horaire, le pourcentage de M6 est le plus faible et en régression par rapport à 1999 : 41% contre 42,4%.

ŒUVRES AUDIOVISUELLES DIFFUSÉES EN 2000*

	TF1	France 2	France 3	Canal+	La 5e	M6
Quotas 24h/24h						
œuvres européennes (60%)	63,7%	70,9%	63,7%	64,7%	80,8%	62,3%
œuvres EOF (40%)	51,6%	48,5%	56,1%	45,2%	65,9%	44,6%
Quotas heures de grande écoute ⁽¹⁾ ou heures d'écoute significatives ⁽²⁾						
œuvres européennes (60%)	71,3%	62,2%	81,2%	66,2%	-	62%
œuvres EOF (40%)	60%	50,2%	74%	57,4%	-	41%

*Sous réserve de modifications ultérieures.

(1) 18h-23h et 14h-23h le mercredi pour TF1, F2, F3 ; 20h30-22h30 pour Canal+.

(2) 17h-23h et 14h-23h le mercredi pour M6.

Composition des œuvres audiovisuelles

Au regard de la définition de l'œuvre audiovisuelle, les quotas englobent différents genres de programmes : les documentaires, les magazines composés essentiellement de reportages, la fiction télévisuelle (dont les dessins animés), les spectacles, les concerts et les courts métrages. A l'exception de La Cinquième qui compose sa grille avec 80% de magazines et de documentaires, en accord avec sa mission de chaîne du savoir, de la formation et de l'emploi, toutes les autres chaînes remplissent leurs quotas avec un fort pourcentage de fiction. Ce genre est stable sur France 2, en hausse sur M6 et en baisse sur les autres chaînes.

Les documentaires et les magazines constituent la deuxième composante des œuvres audiovisuelles sur TF1, France 2, France 3 et Canal+. Sur M6, le pourcentage élevé des programmes musicaux est en conformité avec son profil.

RÉPARTITION DES ŒUVRES AUDIOVISUELLES PAR GENRE

	TF1	France 2	France 3	Canal+	La 5 ^e *	M6
Information (magazine d'actualité)	3,7%	8,3%	2,3%	1,8%	-	2,8%
Documentaire, magazine d'images	27,5%	25,4%	26,5%	29,1%	79,9%	11,2%
Fiction cinématographique (court métrage)	0,1%	1%	0,6%	9,8%	1,5%	0,05%
Fiction télévisuelle	65,7%	62,6%	66,7%	51%	16,9%	49,1%
Divertissement, musique, spectacle	3%	2,7%	3,9%	8,3%	1,6%	36,8%**

* Sur cette chaîne, 0,1% d'œuvre correspond à des interludes non comptabilisés dans les cinq principaux genres du tableau.

** Y compris les vidéomusiques.

Les heures d'écoute significatives

L'article 27 de la loi du 30 septembre 1986 modifiée donne la possibilité au Conseil de substituer aux heures de grande écoute, en ce qui concerne la diffusion des œuvres audiovisuelles, des heures d'écoute significatives qu'il fixe annuellement pour chaque service autorisé, en fonction notamment des caractéristiques de son audience et de sa programmation ainsi que de l'importance et de la nature de sa contribution à la production.

Pour l'année 2000, considérant que M6 s'était engagée, dans le cadre de la convention signée le 31 juillet 1996, à consacrer annuellement 20% de son chiffre d'affaires annuel net de l'exercice précédent aux commandes d'œuvres audiovisuelles et que ce montant concerne pour au moins 15% la commande d'œuvres d'expression originale française, le Conseil a fixé comme heures d'écoute significatives celles comprises entre 17h et 23h (le mercredi entre 14h et 23h).

Entrées en vigueur en 1997, elles ont été depuis lors régulièrement reconduites, le Conseil estimant que les paramètres retenus pour leur fixation n'avaient pas été modifiés.

PRODUCTION

Les obligations d'investissement des chaînes publiques dans la production audiovisuelle fraîche telles que définies par le décret n° 90-67 modifié et par leur cahier des missions et des charges demeurent inchangées. En effet, les chaînes publiques ont vu leurs obligations de 1999 reconduites. Elles maintiennent leur investissement global annuel à 17% de leur chiffre d'affaires pour France 2 et à 17,5% pour France 3, moyennant une durée de cession des droits sur les oeuvres modulée en fonction du genre.

S'agissant des chaînes privées, les obligations de TF1 et de M6 demeurent les mêmes et seule Canal+, dont la convention signée avec le Conseil a prévu une montée en charge en 2000, voit son obligation s'accroître de 1 point par rapport à l'exercice 1999 pour s'établir à 4,5% de son chiffre d'affaires, dont 2,75% doivent bénéficier à de la production indépendante.

Au premier semestre 2000, le Conseil a effectué le bilan des investissements des chaînes hertziennes françaises dans la production audiovisuelle pour l'année 1999. Il en ressort que l'ensemble des chaînes a respecté ses engagements de commande. Ceux-ci sont détaillés en annexe 32.

L'effort d'investissement des diffuseurs nationaux a progressé significativement pour s'établir à 3 493,43 MF, soit une progression de près de 5% par rapport à l'exercice précédent.

Les causes de cette croissance sont doubles : d'une part, la forte augmentation de 5% par rapport à l'année précédente des chiffres d'affaires des chaînes privées, en progression, qui se voient ainsi contraintes d'accroître leur contribution à la production, puisqu'elle est calculée sur cette base, et d'autre part, le renforcement des obligations globales d'investissement qu'avaient accepté France 2 et France 3. C'est ainsi que malgré un chiffre d'affaires global en léger retrait en 1999 par rapport à 1998, ces chaînes se sont volontairement engagées à investir 51 MF de plus en 1999 qu'en 1998.

Le Conseil a également observé que les chaînes ont resserré leurs dépenses dans les programmes frais de langue française abandonnant, à l'image de France 3, les investissements dans les coproductions européennes, diminuant la part des dépenses dans les conventions d'écriture pour France 2¹⁹ ou bien dans les achats et rachats d'oeuvres d'expression originale françaises ou européennes pour M6⁽²⁰⁾.

Dans le même temps, le volume horaire global a régressé significativement passant de 2 825 heures commandées en 1998, à 2 744 heures en 1999, soit une perte de près de 80 heures.

S'agissant de la production indépendante, dont on rappellera qu'elle doit répondre à trois critères cumulatifs⁽²¹⁾ prévus dans le décret n° 90-67 et représenter au moins 2/3 de l'investissement de chaque diffuseur, l'obligation a également été respectée par toutes les chaînes. Néanmoins, on constate que les chaînes modulent le tiers de dépenses autorisées

¹⁹ France 2 a consacré 22,45 MF en 1998 à de telles dépenses contre 16,5 MF en 1999.

²⁰ M6 a consacré 64 MF en 1998 à de telles dépenses contre 56 MF en 1999.

²¹ Est considérée comme indépendante selon les articles 10 et 11 du décret 90-67 modifié, une commande qui souscrit aux trois conditions suivantes :

- a. les contrats sont conclus avec une entreprise de production indépendante de la société ou du service ;
- b. la société ou le service ne peut prendre personnellement ou partager solidairement l'initiative et la responsabilité financière, technique et artistique de la réalisation des oeuvres considérées et en garantir la bonne fin ;
- c. la durée des droits de diffusion exclusifs cédés à la société ou au service n'est pas supérieur à quatre ans à compter de la livraison de l'oeuvre ; elle ne peut être de cinq ans au total lorsque plusieurs sociétés ou services participent au financement de l'oeuvre. Toutefois, les conventions ou les cahiers des charges visés à l'article 9-1 ci-dessus peuvent porter ces durées respectivement à cinq et sept ans.

au titre de la production non indépendante de façon variable. Ainsi, selon le tableau joint en annexe 32.

M6 est la chaîne qui a passé le plus de commandes à des sociétés liées. Ces commandes tous genres confondus représentent 122,5 MF, en hausse de 7,5% par rapport à l'année précédente. La chaîne réserve l'essentiel de ses dépenses (soit 98%) à des commandes de magazines non indépendants du fait de ce critère.

TF1, qui avait fortement réduit ses commandes à ses filiales, a maintenu ce cap. Elle privilégie et augmente sa part de commandes non indépendantes du fait de l'acquisition des droits pour des durées excédant celles prévues par le décret. Elle réserve majoritairement ses dépenses de commandes dépendantes à des fictions.

En revanche, **France 2**, dont une partie importante des commandes non indépendantes étaient concentrées en raison du critère de la durée des droits, consacre en 1999 davantage de dépenses à des commandes dont elle a choisi d'assurer la production déléguée. En 1999, celles-ci s'établissent à 63,3 MF réservés principalement aux programmes de divertissement ou à des magazines. Il en va de même pour **La Cinquième** avec les magazines.

France 3 et Canal+ sont les chaînes qui consacrent le moins de dépenses à des commandes non indépendantes.

Les engagements des chaînes ne se limitent pas à une obligation quantitative de dépenses dans les œuvres audiovisuelles. Le Conseil a introduit dans les conventions des chaînes privées des dispositions destinées à clarifier les relations contractuelles entre producteur et diffuseur à l'image de ce qui figure dans les cahiers des missions et des charges des chaînes publiques. Ainsi, chaque année, l'étude de plus d'une centaine de conventions de coproductions communiquées au Conseil par les chaînes a permis de conclure à une meilleure identification des droits acquis par les diffuseurs et de leur étendue.

Œuvres cinématographiques

DIFFUSION¹

La programmation cinématographique des chaînes hertziennes en clair fait apparaître une évolution qui pourrait légitimement inquiéter les cinéphiles.

Avec moins de 800 titres programmés, le nombre d'œuvres cinématographiques a très sensiblement diminué, tant sur l'ensemble de la programmation (- 49 films) qu'aux heures de grande écoute (- 31 films).

Cette diminution est due à France 2 et à M6, qui programment chaque année un peu moins de films, la part du cinéma ayant particulièrement régressé sur France 2 aux heures de grande écoute. Seule France 3 a programmé 9 films d'art et d'essai en sus du quantum de 192 films autorisés annuellement.

Les quotas sont respectés sur toutes les chaînes et la part des œuvres d'expression originale française demeure encore légèrement majoritaire en première partie de soirée, bien qu'elle diminue quelque peu sur France 2 et sur TF1.

¹ En annexe 33, « Régime de diffusion des œuvres cinématographiques ».

ŒUVRES CINÉMATOGRAPHIQUES DIFFUSÉES EN 2000⁽¹⁾

	France 2	France 3	TF1	M6	La 5 ^e	Canal+
Ensemble des films diffusés:	154	192	192	175	51	460
dont films européens	94	138	116	107	51	294
%	61	71,9	60,4	61,14	100	63,9
dont films EOF	73	109	92	71	50	188
%	47,4	56,8	47,9	40,6	98	40,9
Films diffusés aux heures de grande écoute ⁽²⁾ :	76	86	103	75		455
dont films européens	46	55	62	47		291
%	60,5	63,9	60,2	62,7		63,9
dont films EOF	39	47	52	32		188
%	51,3	54,6	50,5	42,7		41,3

(1) Données provisoires, les bilans annuels des chaînes n'ayant pas encore été examinés.

(2) 20h30-22h30 pour les chaînes en clair ; 18h-2h pour Canal+.

Les films inédits

Au sein de cette programmation, la proportion de films inédits reste identique, avec près de 25% sur l'ensemble des films diffusés et 29% des films diffusés en première partie de soirée. France 2 devance TF1 en ayant programmé 60 films pour la première fois en clair. Cela représente 39% de sa programmation cinématographique, alors que, même sur TF1, chaîne traditionnellement pourvoyeuse de films inédits, ceux-ci ne représentent que 27%.

La plupart des films français inédits sont des coproductions des filiales cinéma des chaînes.

FILMS EN PREMIÈRE DIFFUSION EN 2000⁽¹⁾

	TF1	France 2	France 3	M6	Total
Sur l'ensemble de la diffusion	52	60	38	39	189
% de l'ensemble des films diffusés	27,1	39	19,8	22,3	24,7
dont films EOF	18	20	9	13	60
% des films en 1 ^{ère} diffusion	34,6	33,3	23,7	33,3	31,7
Aux heures de grande écoute ⁽²⁾	39	26	17	16	98
% des films diffusés à cet horaire	37,9	34,2	19,8	20,8	28,6
dont films EOF	15	7	4	6	32
% des films en 1 ^{ère} diffusion	38,5	26,9	23,5	37,5	32,6

(1) Données provisoires.

(2) 20h30-22h30.

PRODUCTION

Les chaînes hertziennes en clair

Les films qui ont reçu la contribution d'au moins un diffuseur en 1999 sont beaucoup plus nombreux qu'en 1998, 102 contre 86, avec 4 films communs à deux diffuseurs contre 6 en 1998. Le nombre de premiers films a également augmenté : 24 en 1998 et 33 en 1999. La grande majorité des films coproduits par les chaînes sont des œuvres d'expression originale française mais, en 1999, 12 des 78 films coproduits par les quatre grandes chaînes étaient des œuvres européennes non francophones. TF1 et M6 ont utilisé au maximum la possibilité de participer à la production de longs métrages européens non francophones (0,5% de leur chiffre d'affaires, avec respectivement 2 et 4 films) alors que France 2 et France 3 sont restées en deçà du seuil autorisé, en consacrant respectivement 2,75% et 2,8% de leur chiffre d'affaires à la coproduction de films d'expression originale française, avec toutefois, elles aussi, respectivement 4 et 2 films non francophones.

Par ailleurs, l'exercice 1999 a été la première année d'application des règles relatives à la contribution des diffuseurs à la production cinématographique indépendante, les décrets précisant ces règles ayant été publiés le 11 mars 1999. Aucun contrat n'a été signé avec des entreprises de production cinématographique liées aux diffuseurs.

PRODUCTION D'ŒUVRES CINÉMATOGRAPHIQUES EN 1999

	TF1	France 2	France 3	M6
Nombre de films de long métrage	18	28	18	16
dont premiers films	4	9	5	7
Parts coproduction	55,60 MF	62,35 MF	40,12 MF	21,30 MF
Parts antenne	165,65 MF	81,25 MF	59,12 MF	45,90 MF
Suppléments d'investissements	-	1,40 MF	-	-
Total des investissements	221,25 MF	145,00 MF	99,24 MF	67,20 MF
% du CA	3,06	3	3	3,12
<i>dont % œuvres EOF</i>	<i>2,75</i>	<i>2,8</i>	<i>2,5</i>	<i>2,5</i>
<i>% production indépendante</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>

NB : Diffusant moins de 52 films par an, La Cinquième n'a pas d'obligation de production.

Si la contribution des chaînes privées à la production cinématographique a augmenté en 1999, avec toutefois un nombre constant de films, celle des chaînes du service public est restée stable (France 3) et même en légère régression (France 2). Cette dernière a cependant participé à la production d'un plus grand nombre de films que les années précédentes.

Canal+

La part des investissements de Canal+ consacrée à des préachats de droits de diffusion représente presque la moitié (47,8%) de sa contribution à l'industrie cinématographique, du fait de sa participation à la production d'œuvres d'expression originale française. En effet, pour 87,1% des dépenses qu'elle consacre aux droits de diffusion d'œuvres francophones, la chaîne intervient bien en amont de la fabrication des films alors que cette part, pour les droits de diffusion d'œuvres européennes non francophones, ne représente que 41,5%. Les droits de diffusion d'œuvres étrangères non européennes sont, quant à eux, constitués en totalité de simples achats de droits.

	Nombre de films	Montant de l'obligation en MF	Investissements de l'année 1999 en MF	Excédent de l'année 1998 en MF	Total investissements en MF	% des ressources annuelles
Ensemble des films	481	1 907,51	1 895,45	54,65	1 950,10	20,4
Films européens	287	1 144,50	1 153,44	27,00	1 180,44	12,4
Films EOF	196	858,38	868,24	9,60	877,84	9,2

Pour la première année en 1999, Canal+ devait également contribuer à la production cinématographique indépendante, dans le respect de la définition de l'indépendance et des règles précisées à l'article 12 du décret du 9 mai 1995 et des modalités d'application contenues à l'article 11-1 de la convention conclue le 1^{er} juin 1995 entre le Conseil et la chaîne.

En 1999, cette obligation s'élevait à 73% des dépenses consacrées à l'acquisition de droits de diffusion de films d'expression originale française et de films inédits ayant obtenu l'agrément de production du Centre national de la cinématographie, soit 626,26 MF. En consacrant 753,39 MF à l'acquisition, auprès de sociétés de production cinématographique indépendantes, de droits de diffusion de 116 œuvres cinématographiques d'expression originale française et agréées inédites, soit 87,8% des dépenses consacrées à ces œuvres, Canal+ a contribué bien au-delà de son obligation à la production indépendante.

Publicité

MESSAGES PUBLICITAIRES EN FAVEUR DE SITES INTERNET

Désireux d'accompagner le développement de l'Internet dans des conditions d'égalité de concurrence entre ses acteurs, le Conseil a décidé, le 22 février, de rendre publique, à travers un communiqué, la position qu'il entendait arrêter en matière de publicité télévisée pour les sites Internet, position consistant à appréhender l'Internet comme un secteur économique nouveau et spécifique. En conséquence, les restrictions d'accès aux écrans pour les secteurs de la presse, du cinéma, de l'édition littéraire et de la distribution ne devaient pas lui être appliquées.

Saisi par des organisations professionnelles du cinéma et de la radio hostiles à cette ouverture, le Conseil d'État a prononcé le 3 juillet 2000 l'annulation du communiqué n° 414 du CSA, considérant que ce dernier s'était en l'espèce octroyé un pouvoir réglementaire qui ne pouvait relever que du gouvernement.

Tirant les conséquences de la décision de la juridiction administrative, le Conseil, après concertation avec les professionnels concernés, en particulier le BVP, a arrêté une nouvelle position sur les conditions de diffusion de messages publicitaires pour les sites Internet.

Il a ainsi été constaté que la publicité télévisée en faveur des sites Internet était légale sous réserve, d'une part, qu'elle soit exempte d'offres directes de vente de produits ou de services contre rémunération, proscrites par l'article 2 du décret du 27 mars 1992, d'autre part, qu'elle n'émane pas d'annonceurs exclus des écrans publicitaires, conformément à l'article 8 dudit décret.

Sur cette base, les principes suivants ont été retenus :

- la publicité pour le site Internet d'un annonceur ressortissant à un secteur exclu par voie législative ou réglementaire des écrans publicitaires est interdite ;
- la publicité en faveur du site Internet d'un annonceur ressortissant à un secteur qui n'est pas exclu des écrans publicitaires est autorisée, quel que soit le contenu du site, sous réserve que le message publicitaire ne fasse pas état de l'activité de vente de biens ou de services éventuellement développée sur le site ;
- conformément au régime mis en place par la Régie française de publicité (RFP) et entériné par le CSA, un distributeur peut communiquer sur son site dès lors qu'il cumule cette activité avec celle de producteur²² et qu'il ne fait pas référence à son activité de distribution dans le message publicitaire ;
- sont possibles, en ce qu'elles émanent *a priori* de prestataires de services, les publicités pour les sites consacrés à des achats groupés, à des comparaisons de prix ainsi qu'à des petites annonces et ventes aux enchères entre particuliers ;
- la publicité en faveur d'un site qui n'existe qu'en tant que tel et dont la dénomination ne renvoie donc à aucune enseigne existant par ailleurs est également soumise au respect des articles 2 et 8 du décret précité. Il importe en particulier que l'activité de distribution qui serait développée sur le site soit marginale. Ce caractère marginal, sur lequel l'annonceur doit s'engager sur l'honneur auprès du BVP, est déterminé notamment par la proportion de connexions que génère l'activité de distribution par rapport au nombre total de connexions ;
- il est convenu que le code déontologique du 1^{er} février 1994 adopté par le BVP après avis du CSA et encadrant les messages publicitaires télévisés qui renvoient sur des systèmes téléphoniques, audiotex ou télématiques n'a plus lieu d'être.

Ce code, en ce qu'il interdit, conformément à l'article 2 du décret précité, que les coordonnées téléphoniques ou télématiques figurant dans un message publicitaire conduisent, lorsqu'elles sont composées, à passer commande de biens ou de services, rend en effet dans la pratique impossible la promotion télévisée des sites Internet, dont la très grande majorité fournit des biens ou des services contre rémunération. Dans un souci

²² Sont considérées comme productrices et non plus comme distributrices les entreprises qui sont à l'origine de la conception initiale des produits commercialisés sous leur propre marque, qui en maîtrisent tout le processus de fabrication et qui réalisent la majorité de leur chiffre d'affaires global grâce à la vente de ces produits. Aucune référence à leurs circuits de distribution ne doit cependant être faite dans le message publicitaire.

d'égalité de traitement, il est admis que l'ensemble des coordonnées téléphoniques et télématiques figurant dans un message doivent être soumises à un régime identique, régime reposant sur le contrôle dudit message et non du site ;

- le parrainage d'émissions par des sites Internet est autorisé sous réserve qu'il n'émane pas d'annonceurs ressortissant aux secteurs visés à l'article 19 du décret précité (boissons alcooliques, produits du tabac, médicaments uniquement disponibles sur prescription médicale).

CAMPAGNE DU « COMITÉ POURQUOI »

A la suite de la programmation, fin août, sur l'antenne d'un certain nombre de chaînes d'une campagne menée par le « Comité Pourquoi », le Conseil a adressé aux diffuseurs, à l'Association des agences conseils en communication (AACC), au Bureau de vérification de la publicité (BVP) et au Syndicat national de la publicité télévisée (SNPTV) une lettre tirant les enseignements de cette action et prohibant à l'avenir la diffusion de messages de cette nature.

Cette campagne, destinée à appeler l'attention des pouvoirs publics et à alerter l'opinion sur les lacunes de la réglementation publicitaire en vigueur, qui prohibe la publicité télévisée en faveur des sites Internet des annonceurs ressortissant aux secteurs interdits, a été diffusée au sein des écrans publicitaires, puis en dehors.

Le Conseil a appelé en premier lieu l'attention des diffuseurs sur le caractère illicite de sa programmation au sein des écrans publicitaires.

En effet, la diffusion d'un tel message dans les écrans n'est pas compatible avec les dispositions de l'article 2 du décret n° 92-280 du 27 mars 1992 qui définissent la publicité télévisée. Cet article détermine à la fois l'objet de la publicité (soit promouvoir la fourniture de biens ou de services, soit assurer la promotion commerciale d'une entreprise publique ou privée) et les annonceurs habilités à y recourir. Ces annonceurs sont, d'une part, ceux exerçant une activité commerciale, industrielle, artisanale ou de profession libérale, d'autre part, toute entreprise publique ou privée, sous réserve des interdictions qui frappent certains secteurs.

Or, aucune de ces conditions n'apparaissait remplie en l'espèce, le message n'ayant pas un objet promotionnel et n'émanant pas d'un annonceur relevant de l'une des catégories énumérées. Il ne saurait pas davantage s'apparenter à un message d'intérêt général, visé à l'article 14 du même décret.

Quant à la programmation de la campagne en dehors des écrans publicitaires, elle n'est pas satisfaisante sous l'angle déontologique. Le discours véhiculé est en effet un discours militant et politique, d'ailleurs présenté comme tel (*La Semaine politique*), qui s'avère largement partisan sur un sujet qui divise les professionnels concernés.

Le Conseil a donc précisé qu'il considérait que cette mise à disposition par certains diffuseurs d'un temps d'antenne à un groupe de pression mettait en exergue leur parti pris, qui n'est pas compatible avec les exigences de pluralisme des courants de pensée et d'opinion consacrées aux articles 1^{er} et 13 de la loi du 30 septembre 1986 modifiée et réaffirmées dans l'ensemble des conventions et cahiers des missions et des charges des services de télévision. Il estimait, en outre, qu'en interpellant de façon ambiguë le téléspectateur sur une question dont il n'est pas en mesure d'évaluer les enjeux, les chaînes impliquées ont méconnu le principe d'honnêteté de l'information et des programmes auquel elles sont traditionnellement soumises.

En conséquence, le Conseil a indiqué que ce type de campagne n'a pas vocation à être diffusé sur les antennes des chaînes de télévision françaises.

CAMPAGNE « HOURA.FR »

Le Conseil a demandé, le 6 septembre, à TF1 et à Canal+ d'arrêter sans délai la diffusion de la campagne publicitaire en faveur de « *houra.fr* », site Internet ayant pour activité principale la distribution commerciale de biens et de services, secteur interdit de publicité télévisée.

CAMPAGNE « MEUBLES.COM »

En octobre, l'attention du Conseil a été appelée sur la diffusion par certaines chaînes d'un message publicitaire pour le site Internet « *meubles.com* ». Il est apparu que cet annonceur, s'il avait certifié que son activité de fabrication était prépondérante, n'avait apporté aucun élément de preuve à l'appui de cette affirmation. Le Conseil a donc demandé aux diffuseurs la suspension immédiate de cette campagne, dans l'attente des précisions indispensables sur l'activité de « *meubles.com* », qui seules peuvent permettre de savoir si ce site relève ou non du secteur de la distribution qui est interdit de publicité télévisée.

EMPLOI DE LA LANGUE FRANÇAISE

Le 17 juillet, le Conseil a informé le BVP par courrier que plusieurs messages publicitaires n'étaient pas conformes aux dispositions législatives relatives à l'emploi de la langue française du fait de l'insuffisance de leur traduction. Il lui a demandé d'informer ses interlocuteurs de cette situation, de façon à ce que ces messages ne soient plus diffusés en l'état.

Interrogé en retour par le BVP sur les fondements juridiques de son interprétation, le Conseil, après en avoir délibéré le 16 janvier 2001 a rappelé, par lettre du 23 janvier 2001, que si la circulaire interprétative de la loi du 4 août 1994 indique qu'une « *similitude des deux présentations et un parallélisme des modes d'expression entre les deux versions ne sont pas exigés* », elle précise néanmoins « *qu'une mention, inscription ou annonce faite dans une autre langue ne doit pas, en raison de sa taille, de son graphisme, de sa couleur, de son volume sonore ou pour toute autre cause, être mieux comprise que celle établie en français* ».

La lecture combinée de ces deux préconisations conduit le Conseil à considérer que si la traduction peut être d'une autre nature que la mention en langue étrangère, elle doit néanmoins bénéficier d'une exposition au moins aussi favorable afin de permettre au consommateur d'appréhender au mieux le discours publicitaire.

Pour atteindre cet objectif, il semble qu'une mention en langue étrangère à la fois orale et écrite doive faire l'objet d'une double traduction sous peine de bénéficier d'un régime de faveur que la loi, comme sa circulaire interprétative, souhaite écarter.

Le Conseil a cependant décidé de tolérer qu'un slogan écrit et parlé en langue étrangère ne fasse pas l'objet d'une double traduction. Cette mansuétude a pour contrepartie le nécessaire recours à une traduction au moins écrite d'une mention en langue étrangère écrite ou bien à la fois orale et écrite.

Le Conseil est en outre soucieux de favoriser l'accès des personnes sourdes et malentendantes aux programmes télévisés, principe que le législateur a entendu consacrer à travers la loi du 1er août 2000 modifiant la loi du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication. Il revient en effet tant aux services de télévision autorisés (art. 28, 5^e bis) qu'aux sociétés du secteur public (art. 43-11) d'assurer « *le développement, par des dispositifs adaptés, de l'accès des personnes sourdes et malentendantes aux programmes diffusés* ».

Le respect de cette obligation légale passe par une traduction au moins écrite de mentions écrites en langue étrangère.

Le 23 janvier 2001, il a demandé aux diffuseurs de bien vouloir vérifier que les messages au sujet desquels il avait écrit en juillet au BVP, s'ils venaient à être rediffusés, avaient bien été modifiés. Par ailleurs, le Conseil a demandé aux chaînes de ne plus diffuser en l'état quatre messages qui ne respectaient pas les dispositions précitées.

INTERRUPTIONS PUBLICITAIRES

L'émission *La télé des régions a 50 ans !*, diffusée le 9 septembre par France 3, a été interrompue par deux écrans publicitaires et des bandes-annonces. En novembre, *Tous égaux* était, quant à elle, interrompue par une bande-annonce. Or, ces émissions étant majoritairement composées de reportages, elles constituent des œuvres audiovisuelles et ne peuvent par conséquent être interrompues.

En octobre, le Conseil a décidé de ne pas accéder à la requête de France 2 visant à interrompre par de la publicité l'émission pour enfants *Diddy.cool* et ce, afin de ne pas accroître la pression commerciale déjà très forte au cours de la matinée du samedi, destinée en priorité au jeune public. Il considère que le souci de protection de l'enfance doit avoir pour effet de protéger tout particulièrement les plus jeunes et souhaite donc que les programmes destinés à des enfants de moins de sept ans restent à l'abri de la pression publicitaire.

DÉPASSEMENT DU VOLUME PUBLICITAIRE AUTORISÉ

Un dépassement du temps maximal de publicité autorisé de douze minutes pour une heure donnée a été constaté le 8 juillet sur TF1. Le Conseil a admis le caractère accidentel de ce dépassement, la chaîne ayant fourni les explications nécessaires à l'analyse des causes de celui-ci.

Le 19 octobre sur France 2, la durée d'un écran publicitaire était supérieure au seuil maximal de quatre minutes autorisé. Ce dépassement n'étant pas accidentel, puisque mentionné dans les conducteurs prévisionnels de la chaîne, le Conseil a demandé à France 2 de veiller à l'avenir au strict respect de cette obligation.

PUBLICITÉ CLANDESTINE

Le Conseil a constaté sur l'antenne de certains services de télévision la diffusion hors écrans publicitaires de messages assurant une promotion appuyée de leur site Internet.

Par lettre du 10 mars 2000, il a informé les diffuseurs que les références aux sites Internet ou aux serveurs minitel des chaînes, pour ne pas risquer de contrevenir aux dispositions du

décret du 27 mars 1992 et en particulier à son article 9, ne pouvaient se faire hors écrans que de «*façon ponctuelle et discrète (...) dès lors que cette information s'inscrit dans le prolongement [des] programmes*».

Le Conseil a dû rappeler ce principe à plusieurs reprises au cours de l'année.

Après en avoir délibéré le 21 novembre, le Conseil a mis un terme aux quatre procédures de sanction qu'il avait diligentées dans le courant de l'année 1999 à l'encontre des sociétés TF1, France 2, France 3 et Canal+ après avoir relevé sur leur antenne des pratiques relevant, à ses yeux, de la publicité clandestine, proscrite par l'article 9 du décret n° 92-280 du 27 mars 1992. La gravité des faits constatés l'a néanmoins conduit à mettre en demeure ces sociétés de se conformer à l'avenir aux dispositions précitées, sous peine d'encourir les sanctions prévues par la loi du 30 septembre 1986 modifiée relative à la liberté de communication (cf. chapitre VII, « Les sanctions »).

TF1

En juin, le Conseil a constaté la diffusion, hors écrans publicitaires, sous la forme d'un bandeau déroulant durant les fictions, de messages qui invitaient les téléspectateurs à se connecter au serveur Minitel et au site Internet de la chaîne afin d'obtenir les corrigés du baccalauréat. Un message faisant référence à la possibilité de réviser son examen avec le 36 15 TF1 a également été diffusé sous la forme d'une bande-annonce.

La mise à disposition de ces données ne peut être considérée comme un «*prolongement du programme*», qui s'entend comme la fourniture d'informations sur le programme lui-même ou liées à celui-ci, mais bien comme un service commercial concurrent d'autres services ayant le même objet.

En juillet, un renvoi explicite à la lecture de *Paris Match* a été effectué par le présentateur du *Journal de 20h* qui a « recommandé » la lecture du magazine en insistant sur l'intérêt de cette lecture.

En août, il a dû à nouveau intervenir auprès de la chaîne à la suite de la diffusion hors écrans publicitaires d'un message promotionnel en faveur d'une ligne téléphonique qui propose différents services de la chaîne : « infos, sports, Bourse, loto, courses, horoscope, les programmes de TF1 et les bons plans de sorties ».

France 2

En mai, France 2 a diffusé un message publicitaire hors écrans en faveur d'un service téléphonique de la chaîne, qui permet de connaître « toutes les tendances de la Bourse, les cotations en direct » et en juin un module, sous forme de bande-annonce, qui invitait les téléspectateurs à consulter le 36.15 France 2 pour connaître tous les corrigés du baccalauréat, ce qui ne peut être considéré comme un prolongement des programmes.

Le fait de diffuser ces messages hors écrans publicitaires, alors que les sociétés concurrentes fournissant des prestations comparables achètent de l'espace dans les écrans publicitaires, constitue en outre une distorsion de concurrence.

Le Conseil est à nouveau intervenu après avoir constaté, le 21 septembre, que les présentateurs de l'émission *Sydney 2000* avaient effectué une promotion appuyée des sites Internet de France 2 et de France 3 qui permettaient de suivre en direct les résultats des Jeux olympiques : une démonstration des atouts de cette offre a été réalisée, accompagnée de propos élogieux.

Un téléspectateur a appelé l'attention du Conseil sur la promotion qui a été effectuée le 14 avril dans la rubrique « Partir » de l'émission *Télématin*, en faveur de la compagnie aérienne Thai Airways International. Il était recommandé avec insistance d'avoir recours à ses services et indiqué qu'elle dessert Bangkok tous les jours depuis Paris. Le fait que cette compagnie ne soit pas en situation de monopole sur cette destination aurait dû inciter les animateurs de cette émission à plus de prudence dans le traitement du sujet.

Le 9 juin, pour terminer *Bouillon de culture*, Bernard Pivot n'a pas résisté à l'envie de présenter la une du pastiche de *L'Équipe* aux téléspectateurs, *L'Épique*, réalisé par Jalons et vendu en kiosque. Si le Conseil comprend le clin d'œil humoristique que constitue cette initiative, il n'en demeure pas moins qu'il revient à promouvoir un produit commercial, sans lien avec le thème de l'émission.

Le 7 décembre, la rubrique « Gourmand » de l'émission *Télématin* a contribué à assurer la promotion de produits du tabac. L'animateur de cette rubrique a en effet présenté sous un jour favorable la consommation du cigare ainsi que le livre *L'Univers du havane* de Gérard père et fils.

Le Conseil a considéré qu'il s'agissait d'une publicité clandestine, de surcroît en faveur d'un secteur interdit de publicité télévisée conformément à l'article 8 du décret du 27 mars 1992 et à l'article 2 de la loi du 9 juillet 1976 modifiée relative à la lutte contre le tabagisme, aux termes duquel « toute propagande ou publicité, directe ou indirecte, en faveur du tabac ou des produits du tabac ainsi que toute distribution gratuite sont interdites ».

Il a donc décidé, après en avoir délibéré le 16 janvier 2001, de mettre en demeure France 2 de se conformer, à l'avenir, aux dispositions des articles 8 et 9 du décret du 27 mars 1992 ainsi qu'aux dispositions de l'article 2 de la loi du 9 juillet 1976 modifiée (cf. chapitre VII, « Les sanctions »).

En décembre, la promotion d'une cassette vidéo a été effectuée sur France 2 hors écrans publicitaires. A l'occasion de la présence de la comédienne Chantal Lauby, qui venait pour parler de la cassette vidéo « Kitchendales », dans les émissions *Union libre* du 2 décembre et *Alors, heureux !* du 20 décembre, un message en faveur de cette cassette a été diffusé qui comportait des propos directement incitatifs à l'achat, en mettant en avant le fait qu'elle était peu chère, qu'elle constituait un cadeau idéal pour Noël et en précisant la date à partir de laquelle ce produit était disponible en cassette et DVD.

France 3

Le Conseil a appelé l'attention de la chaîne sur la promotion du site de la chaîne effectuée de façon très détaillée lors de l'émission *Le Journal de l'euro* le 19 juin. Cette référence pouvant être considérée comme une information qui s'inscrit dans le prolongement du programme sportif, l'adresse du site aurait pu être indiquée aux téléspectateurs de façon « ponctuelle et discrète ». En revanche, un message présentant le fonctionnement et diverses pages du site ne pouvait être diffusé que dans les écrans publicitaires.

Canal+

Le Conseil est intervenu auprès de la chaîne en mars après avoir constaté plusieurs pratiques susceptibles de constituer des publicités clandestines : le 31 janvier, la diffusion de la bande-annonce du dernier film d'Oliver Stone *Any given Sunday* durant la retransmission du Superbowl ; en février, la remise de cadeaux aux invités de l'émission *Nulle part ailleurs* a été l'occasion de promouvoir des marques : le 3, dans la séquence météo, une console Playstation et le jeu Ace Combat 3 ; le 14, de la lingerie Chantal Thomass, des chaussures

Converse, un ouvrage consacré à Edith Wharton édité par Flammarion et un vêtement Agnès B.

Après avoir constaté à plusieurs reprises en janvier et en février, dans *Le Journal du sport*, que la tenue de l'un des présentateurs tendait à promouvoir la marque Puma, le Conseil a rappelé à la chaîne qu'il est indispensable que les tenues vestimentaires des animateurs ne contribuent pas à favoriser la présentation de marques à l'antenne.

Les 10 et 11 mai, le Conseil a constaté dans l'émission *Nulle part ailleurs* diffusée en direct de Cannes lors du festival international du film, une très forte présence à l'image du nom de l'hôtel Martinez, susceptible de constituer une publicité clandestine.

Le 6 septembre, dans *Nulle part ailleurs (midi)*, le concept, le contenu et les atouts de la nouvelle chaîne AlloCiné Télévision ont été présentés en des termes élogieux, pouvant être qualifiés de publicitaires.

Le 5 décembre, la promotion d'une cassette vidéo a été effectuée hors écrans publicitaires. A l'occasion de la présence de la comédienne Chantal Lauby, qui venait pour parler de la cassette vidéo « Kitchendales », dans l'émission *Nulle part ailleurs (matin)*, un message en faveur de cette cassette a été diffusé qui comportait des propos directement incitatifs à l'achat.

La Cinquième

Le Conseil a constaté que la promotion du cédérom de la nouvelle *Encyclopedia Universalis* a été effectuée dans *Le Dessous des cartes* du 7 février, promotion qui aurait dû prendre place dans les écrans publicitaires comme aurait dû l'être celle effectuée dans l'après-midi du 12 mars en faveur de Radio-France, «la radio multimédia, la radio en couleurs».

Il a également relevé que le magazine *Net plus ultra* du 7 février, qui avait pour thème le commerce électronique, a été l'occasion de faire la promotion du site Web de l'enseigne Tati et des magasins traditionnels de celle-ci.

En juin, il a constaté la diffusion, hors écrans publicitaires, sous la forme de bandes-annonces, de messages qui invitaient les téléspectateurs à se connecter au serveur Minitel et au site Internet de la chaîne afin d'obtenir les corrigés du baccalauréat, ce qui ne peut être considéré comme un prolongement des programmes.

M6

Le Conseil a constaté en juin la diffusion, hors écrans publicitaires, sous la forme de bandes-annonces ou de bandeau déroulant durant les fictions, de messages qui invitaient les téléspectateurs à se connecter au serveur Minitel de la chaîne afin d'obtenir les corrigés du baccalauréat, ce qui ne peut être considéré comme un prolongement des programmes.

Le fait de diffuser ces messages hors écrans publicitaires alors que des sociétés concurrentes fournissant la même prestation achètent de l'espace dans les écrans pour promouvoir leurs services constitue, en outre, une distorsion de concurrence.

Toujours en juin, le Conseil a relevé la promotion effectuée en faveur de l'automobile New Beetle de Volkswagen dans la vidéomusique «Candy» interprétée par Mandy Moore et diffusée par la chaîne.

En juin-juillet, il a été fait mention d'un partenaire commercial et de son slogan publicitaire dans un module en faveur du festival Solidays.

Enfin, dans l'émission *Capital* du 17 décembre intitulée «Noël : le luxe à tous prix», trois des cinq sujets diffusés revêtaient un caractère publicitaire. L'un était consacré à une bijouterie à Marseille, le deuxième à l'entrée des hypermarchés dans l'univers de la bijouterie et le troisième à la parfumerie Séphora des Champs-Élysées. Après en avoir délibéré en assemblée plénière le 6 mars 2001, le Conseil a décidé d'adresser une mise en demeure à la société.

Parrainage

PARRAINAGE DE RUBRIQUES D'ÉMISSIONS

Le Conseil a relevé sur plusieurs chaînes le parrainage de rubriques prenant place dans des émissions, alors que seule une émission, entendue comme un élément de programme précédé et clos par un générique, peut être parrainée.

Il a informé les diffuseurs par une lettre circulaire du 10 octobre qu'il est disposé à accepter le parrainage des bulletins météo qui prendraient place au sein d'émissions, sous réserve qu'il ne s'agisse pas d'un journal télévisé ni d'une émission d'information politique, non susceptibles d'être parrainés. Cette tolérance résulte de la prise en compte par le Conseil de la spécificité des bulletins météo qui, traditionnellement autonomes et en conséquence susceptibles d'être parrainés, peuvent, parfois, être diffusés au sein d'émissions qui s'y prêtent.

Il n'entend pas, en revanche, compte tenu de la réglementation en vigueur, tolérer le parrainage d'autres rubriques d'émissions.

PARRAINAGE UTILISANT DES DÉCLINAISONS DE MESSAGES PUBLICITAIRES

Le Conseil a constaté la diffusion de parrainages qui constituaient des déclinaisons de messages publicitaires. C'était le cas du parrainage de l'émission *Hyper Net* par Lycos sur TF1, de *Des racines et des ailes* par La Mondiale sur France 3, de la météo par Dégriftour.com sur Canal+ et de *Capital* par SFR Pro sur M6.

L'utilisation d'images extraites de messages publicitaires pour rappeler l'univers du parrain n'est pas expressément contraire aux termes du décret du 27 mars 1992 et le CSA l'a admise dans de nombreux cas. Toutefois, la déclinaison d'une communication publicitaire qui reprend les éléments essentiels, les images centrales et distinctives de celle-ci, est source de confusion pour le téléspectateur qui ne peut plus différencier publicité et parrainage.

TF1

En juin, le Conseil a constaté que le parrainage Lycos de l'émission *Hyper Net* comportait un slogan publicitaire («Hypernet avec Lycos.fr, votre guide personnel sur Internet»).

En juillet, le parrainage de l'émission *Auto-moto* par les lubrifiants Elf Évolution comportait un slogan publicitaire («Elf, la route sous un meilleur jour »).

France 2

En mai, le concours accolé à *Enquête sur la 2*, émission parrainée par « Le Guide de la route, Sélection du Reader's Digest », n'était pas conforme aux modalités arrêtées pour ce type de jeu. Ainsi, une ou plusieurs questions en relation avec l'émission doivent notamment être posées dans le module accolé à une émission, ce qui n'était pas le cas.

Le 21 septembre, le Conseil a constaté que deux parrainages de l'émission *Sydney 2000* comportaient des slogans publicitaires : pour UPS une formule soulignait son efficacité « C'est comme si c'était fait », pour Keljob.com l'utilisation d'un article défini, « le moteur de recherche d'emplois », conférait à ce qui ne devrait être que la mention d'un secteur d'activité (moteur de recherche d'emplois) un caractère exclusif et distinctif.

France 3

En août, la soirée cinéma du jeudi a été parrainée en ces termes : « Le cinéma sur France 3, évadez-vous en toute sécurité avec Volkswagen ». Ce slogan introduit une appréciation qualitative en faveur de Volkswagen qui lui confère un caractère publicitaire.

Canal+

En avril, le Conseil a constaté qu'était accolé à *Nulle part ailleurs* un module qui ne pouvait être considéré comme un parrainage car il n'était pas clairement identifié comme tel, ni comme un message publicitaire faute d'être diffusé dans les écrans publicitaires. Une version plus courte de ce module a également été accolée au document « On est les champions » diffusé dans le cadre des Oscars du foot.

En mai, le parrainage de la météo par Spray comportait la mention « Les bons chameaux du net sont sur Spray » se déclinant en « Les bons zèbres du net sont sur Spray » ou « Les bonnes girafes du net sont sur Spray », selon les diffusions. Ce slogan introduit une appréciation qualitative et distinctive en faveur de Spray qui lui confère un caractère publicitaire.

La Cinquième

En novembre, dans l'émission de jeu *Légal pas légal*, des lots ont été remis aux candidats alors que les sociétés qui offraient ces cadeaux n'étaient pas parrains de l'émission, ce qui est contraire à la réglementation.

M6

En juin-juillet, le parrainage AOL de l'émission *Solidays* comportait un slogan publicitaire (« Simplifiez-vous Internet »).

En octobre-novembre, dans le jeu *Drôle de filles*, des lots ont été remis par des sociétés qui n'étaient pas parrains de l'émission.

En décembre, le parrainage Alcatel de *la minute Internet* comportait une mention en anglais insuffisamment traduite en français. la mention anglaise écrite était traduite à l'oral alors qu'il convient de procéder à la traduction au moins écrite d'une mention en langue étrangère écrite.

2 - Les télévisions régionales et locales

L'OFFRE DE PROGRAMMES EN MÉTROPOLE

Après plusieurs années de *statu quo*, la situation des télévisions locales privées a changé. En métropole, leur nombre a plus que doublé, passant de trois à sept. A Télé-Toulouse, Télé Lyon Métropole et Aquitaine-TV se sont ajoutées deux chaînes de proximité créées en Vendée, Télé 102 et Télé Sud Vendée, une à Clermont-Ferrand, dénommée Clermont 1^{ère} et une dans les Alpes, TV8 Mont-Blanc (cf. chapitre V, « Les autorisations »).

Télé Bleue, qui avait déjà cessé de produire des émissions en 1999, ne proposait aux Nîmois que des images fixes et a interrompu sa diffusion en 2000. Le Conseil a donc décidé de mettre en œuvre une procédure de retrait d'autorisation à l'encontre de la chaîne (cf. chapitre VII, « Les sanctions »).

Trois modèles de télévision locale se dégagent de ces expériences.

Les télévisions de ville diffusent sur des agglomérations importantes comme Toulouse, Lyon et Clermont-Ferrand.

Clermont 1^{ère}, née au cours du dernier trimestre, émet sur Clermont-Ferrand. Elle est inscrite dans la lignée des télévisions de ville comme TLT et TLM et propose une programmation du même type. Elle diffuse plusieurs rendez-vous d'information par jour sous forme de deux journaux et présente environ 2 heures quotidiennes de programme propre en première diffusion, dont 1 heure 30 minutes, de 17h30 à 19h, consacrée à un journal, situé entre des magazines thématiques et débats, qui traitent de sport, de santé, de culture ou de faits de société.

Télé-Toulouse (TLT) a maintenu, dans ses grandes lignes, son offre de programme. Sa durée globale de diffusion a légèrement augmenté ainsi que son volume de production propre en première diffusion, le week-end. La chaîne ouvre son antenne 17 heures 30 minutes par jour en moyenne et, à l'exception du téléachat, ne programme que des émissions qu'elle produit elle-même.

La production propre en première diffusion, de 2 heures par jour en semaine et d'1 heure 30 minutes en moyenne le week-end, est rediffusée en boucle.

TLT a centré sa programmation autour de l'information, les journaux d'environ 15 minutes constituant l'axe central autour duquel s'articulent des débats ou des magazines thématiques hebdomadaires touchant à la vie économique, culturelle, sportive ou artistique.

Télé Lyon Métropole (TLM) a émis 16 heures 45 minutes par jour en moyenne, du lundi au vendredi, et 14 heures par jour le week-end.

La part de production propre a légèrement augmenté et les achats de programmes ne sont plus constitués que d'émissions de téléachat.

La part de production propre en première diffusion a représenté environ 2 heures 20 minutes par jour, du lundi au vendredi, 13 minutes le samedi et 1 heure le dimanche. TLM s'efforce de proposer en première diffusion les 2 heures de production propre en moyenne

quotidienne prévues dans sa convention, sans satisfaire toutefois totalement à ses obligations en la matière.

TLM propose à son public une information diversifiée, essentiellement axée sur la vie locale. Il s'agit principalement de journaux d'information, de débats en plateaux et de magazines culturels, scientifiques, sportifs ou de société.

Les télévisions de pays diffusent sur un territoire géographiquement plus étendu mais homogène par son histoire, sa culture locale et ses caractéristiques économiques de pays de montagnes, de pays rural, etc. C'est le cas d'Aqui TV en Périgord et de TV 8 Mont Blanc en Haute-Savoie et Savoie, qui avait cessé son activité et qui, sur la base d'un nouveau projet, a été autorisée par le Conseil à diffuser ses programmes à partir d'octobre.

TV8 Mont Blanc a tenu dès le départ à s'ancrer fortement dans son contexte géographique particulier et accorde une place prépondérante à la thématique de la montagne. L'information locale concerne d'abord ce qui touche en priorité la vie des montagnards : la météo, la sécurité, les compétitions sportives, les questions spécifiques de l'agriculture en altitude ou le tourisme. Chaque jour, de 17h30 à 19h30, sont données les informations locales en direct : un bref journal illustré de reportages commentés en plateau avec un invité. Ces deux heures sont multidiffusées et complétées par la diffusion de documentaires de la chaîne Voyage, le fil conducteur restant toujours la montagne.

Aqui-TV a conservé une durée de diffusion hebdomadaire identique à celle des années précédentes, de 9 heures par jour, du lundi au vendredi, et de 4 heures en moyenne le week-end.

Aqui-TV a cessé de diffuser ses programmes du 4 au 26 octobre, en raison de la suspension de l'émission par TDF pour non-paiement des prestations. La négociation d'un moratoire entre les parties a permis la reprise de la diffusion le 27.

La part de diffusion quotidienne de productions propres a légèrement progressé, mais en ce qui concerne le week-end, la chaîne n'a toujours pas atteint le minimum requis de six heures.

Malgré l'augmentation de la part des productions propres proposées en première diffusion, la chaîne n'a pas encore totalement réussi à atteindre ses obligations conventionnelles fixées à 14 heures par semaine.

La grille est composée d'un peu plus de la moitié de programmes propres axés sur l'information locale, la défense du patrimoine culturel, ethnologique ou artistique de la région. Le reste de la programmation provient essentiellement de la reprise quotidienne en direct de la chaîne EuroNews pendant environ 4 heures, du lundi au vendredi, du magazine *Magellan* de TV5 et de l'émission de France 3 Sud, *Vivre al pais*.

Les télévisions de proximité, apparues au cours du second trimestre 2000 avec les deux télévisions vendéennes, **Télé 102** et **Télé Sud Vendée**, sont proposées sur une zone géographique restreinte.

Leurs grilles sont constituées d'un module d'une heure de programme propre en première diffusion, en moyenne, qui est ensuite multidiffusé. Cette heure est construite autour d'un débat en plateau illustré par des reportages réalisés dans les environs immédiats. Ces deux télévisions sont solidement ancrées dans leurs localités et offrent aux associations locales sportives, culturelles et artistiques la possibilité de s'exprimer et de faire connaître leurs activités.

L'offre de programmes outre-mer

Le paysage audiovisuel outre-mer est passé en une dizaine d'années du monopole à la concurrence.

Au secteur public, composé des deux réseaux de RFO repris dans tous les départements et la plupart des territoires⁽¹⁾ d'outre-mer, se sont ajoutées, dès 1990, les télévisions locales hertziennes en clair à la Réunion, aux Antilles et en Guyane ainsi que les chaînes cryptées, Canal DOM, les chaînes distribuées sur les réseaux câblés⁽²⁾ et, plus récemment, l'offre démultipliée des bouquets numériques de CanalSatellite qui propose désormais plus de trente chaînes et la diffusion de TF1 en continu depuis septembre.

Les chaînes Antenne Réunion, Antilles Télévision (ATV) en Martinique, l'A1 en Guadeloupe et Antenne Créole Guyane (ACG) ont un format généraliste au sein duquel la programmation locale n'est pas majoritaire. Leur diffusion est en grande partie constituée de programmes de TF1 et de M6 qui leur fournissent les émissions qu'elles n'ont pas les moyens de produire. L'avenir de ces télévisions locales outre-mer passe par une réflexion sur leur rôle de « télévision locale de proximité », sur le contenu de leur offre de programmes, et par une recherche de diversification de leurs sources d'approvisionnement notamment, car la transmission intégrale et directe des chaînes privées métropolitaines par satellite fait peser sur elle une lourde concurrence.

POLYNÉSIE

L'année 2000 a vu la création d'une nouvelle télévision locale hertzienne en Polynésie.

Tahiti Nui Télévision (TNTV), lancée par le gouvernement territorial de Polynésie, a commencé à émettre en juin. Elle se définit comme une chaîne généraliste à vocation culturelle, sociale et éducative. Elle propose un volume quotidien de 18 heures 30 minutes de programmes en semaine et de 17 heures 15 minutes les samedi et dimanche. Elle produit plus de 30% de ses programmes qui se composent de journaux d'information et d'émissions de proximité réalisées en plateau, telles que *Tauturu, Api Hour, laorana Kid*.

Séries, téléfilms et dessins animés constituent l'essentiel de la programmation. La chaîne propose également des œuvres cinématographiques, des documentaires, des retransmissions sportives et des vidéomusiques (cf. chapitre V, « Les autorisations »).

S'ajoute à l'offre polynésienne celle d'un canal local, dénommé **Canal Fénuu**, distribué sur le réseau câblé de Téléfénuu, sans avoir jusqu'à présent signé de convention avec le Conseil. Celui-ci a donc décidé, en assemblée plénière du 21 novembre, de procéder rapidement au conventionnement de ce service. Il en a informé les responsables et toutes les précisions utiles à la constitution du dossier leur ont été apportées.

Les autres chaînes locales hertziennes autorisées dans les départements et territoires d'outre-mer avaient déjà exercé leur activité en 1999.

LA RÉUNION

Antenne Réunion est la seule chaîne locale privée diffusée en clair sur ce département. Après avoir connu de sérieuses difficultés financières dans le passé.

⁽¹⁾ A Mayotte ainsi qu'à Wallis-et-Futuna, seules Télé Mayotte et Télé Wallis sont reçues par le public.

⁽²⁾ Certaines chaînes conventionnées par le Conseil ont un caractère local ou régional comme Télévision et Loisir ou Zouk Télévision. S'y ajoutent deux services locaux : le canal local de Fort-de-France en Martinique édité par la société Martinique TV Câble et la télévision communautaire de Guadeloupe (TCG) distribuée sur le réseau World Satellite Guadeloupe à Lamentin et dans quatre communes associées.

En octobre 1999, le plan de continuation, accepté par le tribunal de commerce de Saint-Denis, lui a permis de réorganiser et de relancer sa production de programmes locaux. Sur 14 heures de diffusion quotidienne, elle en propose une moyenne de 3 heures, dont 2 heures 30 minutes en première diffusion, ainsi que 11 heures d'achats de droit.

L'offre est principalement constituée de deux journaux quotidiens d'une vingtaine de minutes chacun, de magazines hebdomadaires ou mensuels traitant de musique, d'art culinaire, de mise en forme ou de sports.

Les programmes achetés, diffusés 10 à 11 heures par jour en moyenne, proviennent de TF1 et de M6. Il s'agit de magazines, de jeux, de feuillets, de téléfilms et de séries américaines ainsi que d'œuvres cinématographiques.

MARTINIQUE

Antilles Télévision (ATV), unique télévision hertzienne privée diffusée en clair en Martinique aux côtés des deux programmes de RFO (Télé Martinique et Tempo) et de Canal Antilles, a subi une réorganisation en 1999 et a bénéficié de moratoires et d'abandon de créances. Elle fait partie des chaînes d'outre-mer qui ont, semble-t-il, le moins de difficultés dans l'exercice de leur activité.

La reconduction de son autorisation, en date du 31 août 1999, est entrée en vigueur le 7 février 2000.

ATV diffuse 18 heures de programmes par jour, dont 2 heures de production locale en première diffusion. La station propose un journal du soir consacré aux informations locales, nationales et internationales et une émission musicale. La rédaction produit également des magazines bimensuels consacrés à la vie économique, sociale et politique.

Les programmes extérieurs sont en majorité acquis auprès de TF1 et de M6. La chaîne consacre une part importante de sa diffusion à la fiction télévisuelle, le nombre d'œuvres cinématographiques ayant sensiblement baissé.

GUADELOUPE

Afin de clarifier la situation des télévisions guadeloupéennes, le Conseil a souhaité, en 1998, faire entrer dans le cadre légal trois services ancrés dans la réalité du département et qui avaient acquis une relative popularité auprès du public. Force est de constater que ces chaînes désormais autorisées se conforment difficilement à leurs obligations et que la situation des télévisions dans ce département reste instable et confuse.

Engagements de procédures de liquidation, de redressement judiciaire, plan social avec licenciement économique, modification de la structure du capital d'une société sans agrément du Conseil ou encore utilisation illégale de fréquences pour étendre la diffusion de façon substantielle, telles sont les caractéristiques des situations dans lesquelles ces sociétés exercent leur activité.

La Une Guadeloupe (l'A1) est une chaîne généraliste de proximité qui diffuse 18 heures par jour en moyenne et dont les programmes sont principalement composés d'émissions provenant de TF1, de M6 et de MCM. La part du programme local représente un volume quotidien en première diffusion d'environ 1 heure 30. La production de la chaîne se compose et un bulletin d'information de 10 minutes, d'une émission hebdomadaire sur la vie économique, politique et sociale du département, et de magazines traitant de la vie sportive et de l'actualité cinématographique.

Canal 10 est une chaîne de proximité conçue comme une antenne ouverte à la libre expression. Des émissions comme *Face à face*, *Soti-rivé* et *Bons conseils* rendent compte des réalités du département, donnent la parole à des décideurs locaux, mais également aux Guadeloupéens en situation sociale difficile. Certains programmes ont donné lieu à des difficultés de maîtrise de l'antenne par l'animateur. Si la chaîne produit une grande partie de ses programmes, elle a également diffusé des fictions, des dessins animés et des vidéomusiques, dont l'origine n'est pas clairement identifiée.

Éclair TV (ETV) est une télévision d'origine associative dont l'audience, inférieure à 1% selon le Métridom 2000, est limitée à la région de Basse-Terre. La station diffuse 17 heures par jour, du lundi au vendredi, 12 heures le samedi et 14 heures le dimanche. Éclair TV produit quotidiennement un journal d'information diffusé à 19h30 et deux émissions quotidiennes en plateau *Koté Kas* et *L'Info éclair du jour*. Vidéomusiques et extraits de concerts composent l'essentiel de la programmation de la chaîne.

GUYANE

Antenne Créole Guyane (ACG) est la seule télévision locale hertzienne en clair autorisée du département face aux deux canaux locaux de RFO, à la chaîne cryptée Canal Guyane et à CanalSatellite.

ACG se définit comme une chaîne généraliste de proximité à vocation musicale et sportive. Elle diffuse, 24 heures sur 24, un programme essentiellement composée d'achats de droits provenant notamment de TF1 et de M6 .

En 2000, conformément à ses engagements conventionnels, elle a proposé 3 heures de production propre en première diffusion qui s'efforce d'être en prise directe avec la réalité guyanaise, les traditions créoles et les événements du département avec les émissions *Ki Di Kwa* et *Fouyaya*.

ATV, l'**A1** et **ACG** avaient envisagé en septembre 1999 de constituer un GIE leur permettant de partager les frais d'acheminement des programmes à partir de la métropole et la mise en place d'une grille commune avec un décrochage local pour chacune des chaînes. Au 31 décembre 2000, ce projet n'a pas encore abouti.

CHAÎNES CRYPTÉES

Les cinq services de télévision cryptée outre-mer, Canal Réunion, Canal Antilles, Canal Guyane, Canal Polynésie et Canal Calédonie, diffusent exclusivement les programmes de Canal+. Seule diffère l'émission de dix minutes, *Cinéma dans les salles*, destinée à promouvoir le cinéma localement et diffusée en clair deux fois par semaine sur chacun des services. Les annonces sont adaptées à la réalité de la programmation des films en salle.

L'opérateur et actionnaire principal de ces cinq chaînes, Média Overseas, se charge de l'assemblage des émissions dont certaines sont diffusées en direct. C'est le cas des retransmissions sportives lorsque le décalage horaire permet leur diffusion à des horaires accessibles au public, de certaines émissions comme *Le Vrai Journal* et *La Semaine des Guignols* qui sont diffusées le jour même mais à des horaires différents de ceux de la métropole. Les films sont diffusés à « J+14 ». Le reformatage des émissions, l'habillage et les bandes-annonces sont réalisées à Boulogne-Billancourt par une équipe d'une vingtaine de personnes.

Selon l'opérateur, la programmation répond au principe de continuité de la diffusion de Canal+ dans les DOM-TOM. Grâce au développement satellitaire, elle doit « coller à l'actualité » de la diffusion métropolitaine. Chaque chaîne constitue une entité indépendante et assume la responsabilité éditoriale des programmes diffusés sur son antenne.

RÉSEAU FRANCE OUTRE-MER (RFO)

Pour la retransmission des émissions de télévision, les stations de RFO utilisent deux canaux, à l'exception de Mayotte et de Wallis qui ne disposent toujours que du canal 1.

La programmation des Télé Pays (canal 1), à vocation généraliste, est composée d'émissions locales ainsi que d'émissions métropolitaines, pour une part reprises de l'offre de TF1 ; celle de Tempo (canal 2), à vocation pédagogique, comporte des émissions provenant essentiellement des chaînes du service public, La Cinquième, France 2, France 3 et Arte.

L'offre locale sur Télé Pays varie de 16% à 24% pour les stations des départements et de 9% à 13% pour les stations des territoires. La durée quotidienne de diffusion est de 19 ou 20 heures pour l'ensemble des stations et de 13 heures pour Saint-Pierre-et-Miquelon.

Au cours de l'année 2000, seules les grilles des Télé Pays ont fait l'objet de modifications importantes.

Indépendamment des programmes produits par chacune des stations, la société a lancé, en septembre, de nouvelles émissions destinées à l'ensemble du réseau de RFO : deux magazines littéraires, l'un mensuel de 52 minutes, *Voix au chapitre*, l'autre quotidien d'1 minute 30, *Océancre*. Elle a également poursuivi la programmation de magazines mensuels thématiques réalisés avec la contribution des stations ainsi que des modules courts, dont *La Boîte aux Asso's*, consacrés aux associations originaires d'outre-mer.

RFO a par ailleurs mis en place une politique de production et de coproduction dans le domaine de la fiction : réalisation d'un dessin animé en 13 épisodes de 4 minutes, *Domdom, les aventures outre-mer*, de téléfilms, dont l'un, *Le Monde à l'endroit*, est l'œuvre du réalisateur burkinabé, Idrissa Ouedraogo.

Un autre axe de développement consiste à diversifier l'offre de programmes par des achats de droits d'origine étrangère, notamment une série mauritienne, *Voisin Voisine*, et plusieurs *télénovelas* de TV Globo (Brésil), dont *La Case à miracles* adaptée d'un roman de Jorge Amado et doublée en créole.

Les émissions de TF1 reprises sur Télé Pays sont globalement en diminution, notamment les films qui représentaient jusqu'à présent la principale source d'approvisionnement des stations.

Enfin, les émissions de RFO retransmises sur France 3 subissent quelques remaniements : *Outremers*, précédemment programmée à 10h45 le dimanche, est diffusée, depuis le 7 octobre, à 9h le samedi et *L'Hebdo de RFO* de 26 minutes, qui était proposé le samedi à 10h40, est remplacé par un journal de six minutes en images, *Le Journal de RFO*, diffusé dans le cadre du 12/14.

AUDIENCE

Sur l'ensemble des départements d'outre-mer, les résultats de l'enquête Métridom, réalisée par Médiamétrie au cours du second semestre, placent en tête le premier canal de RFO en Guadeloupe (avec 48% de parts de marché), en Martinique (37,9%) et à la Réunion (39,1%).

En deuxième position, vient la principale chaîne privée locale diffusée en clair dans chaque département : Antenne Réunion avec 31% de parts de marché, Antilles Télévision avec 24,2% en Martinique et 11,6% pour l'A1 en Guadeloupe.

Tempo, second canal de RFO, atteint une part d'audience de 8,6% en Guadeloupe, 7% en Martinique et 6,8% à La Réunion. Les audiences des chaînes cryptées sont de 6% pour Canal Antilles Guadeloupe, 5,5% pour Canal Antilles Martinique et 5,7% pour Canal Réunion.

L'évaluation de l'audience des autres télévisions privées guadeloupéennes se répartit ensuite entre Canal 10 (2,8% de PDA), Archipel 4 (0,6%) et Éclair TV (0,3%).

Communication des informations

En métropole, à l'exception de Télé Bleue à Nîmes qui ne communiquait aucune information, les télévisions métropolitaines fournissent régulièrement au Conseil les documents et enregistrements demandés.

Outre-mer, les difficultés rencontrées les années précédentes ont persisté. Lorsqu'elles sont communiquées, les informations déclarées par les chaînes dans les bilans ou recueillies par les services dans les avant-programmes et dans la presse locale restent le plus souvent très imprécises et partielles. Les avant-programmes sont régulièrement transmis au Conseil par ATV, ACG, Antenne Réunion et l'A1 Guadeloupe. Aucune information fiable ne provient de Canal 10 ni d'Éclair TV.

Les vérifications effectuées montrent de fréquentes erreurs et de nombreuses déprogrammations.

Ces informations ne permettent pas d'apprécier la façon dont les chaînes s'acquittent de l'ensemble des obligations contenues dans leur convention.

Les enregistrements de programmes demandés font souvent l'objet de plusieurs lettres de relance et ne correspondent pas toujours à la demande formulée.

Une mission effectuée aux Antilles et en Guyane en fin d'année 1999 a permis de rencontrer les responsables de l'A1, de Canal 10 et d'Éclair TV, de leur apporter toutes les précisions nécessaires sur les obligations réglementaires et de rappeler leurs engagements conventionnels.

Les contacts avec les trois services diffusés en Guadeloupe n'en demeurent pas moins rares et difficiles, voire même inexistantes.

Les trois télévisions autorisées en Guadeloupe étaient tenues de transmettre, avant le 31 mars, un rapport sur les conditions d'exécution de leurs obligations pour l'exercice 1999. Ces éléments n'ayant pas été communiqués, le Conseil a décidé après en avoir délibéré le 4 janvier 2001 de mettre en demeure les sociétés TCI Guadeloupe (l'A1), Basse-Terre Télévision (Éclair TV) et Canal 10 de fournir toutes les informations lui permettant de contrôler le respect de leurs obligations.

De même, le Conseil a mis en demeure Antenne Réunion de transmettre le volume précis des œuvres audiovisuelles diffusées et réparties par nationalité pour les années à venir.

En décembre, une mission d'observation en Polynésie a été conduite par Mme Véronique Cayla chargée de l'outre-mer, accompagnée de la directrice des programmes, afin d'apprécier les incidences du développement et de la diversification du secteur audiovisuel dans ce territoire. Les nombreux contacts sur place avec les principaux acteurs des médias ont permis de recueillir les informations indispensables à l'appréhension de la situation locale.

Pluralisme de l'information

En métropole, les chaînes locales privées se sont efforcées d'assurer le pluralisme dans les programmes d'information et aucune saisine n'a été reçue.

Les télévisions accordent dans leurs journaux une place prépondérante, voire exclusive, à l'information de proximité. Pour toucher l'ensemble du public auquel elles s'adressent et pour conserver auprès de lui leur légitimité, elles veillent tout particulièrement à respecter l'équilibre de l'échiquier politique local.

Aqui-TV, TLM et Télé-Toulouse ont adressé régulièrement au Conseil les listes des invités participant aux débats et aux journaux d'information.

Après les observations qui lui avaient été faites en 1998, TLT a mieux identifié l'origine de production de ses émissions de communication institutionnelle, sans toutefois respecter entièrement le cadre arrêté pour ce type d'émission.

En Martinique, ATV propose un journal local, national et international de 45 minutes à 19h, composé à 50% de reportages du journal de TF1.

Magazines de proximité et débats ouverts au public ont favorisé l'expression des courants d'opinion locaux et la chaîne a communiqué les listes de ses invités.

En Guadeloupe, l'animateur vedette de Canal 10, Ibo Simon, conseiller régional et conseiller municipal de Pointe-à-Pitre, a été mis en cause pour défaut de maîtrise de l'antenne et utilisation de propos racistes. Une lettre ouverte émanant de Guadeloupéens d'origine indienne a été adressée au Conseil en mars par le député-maire de Saint-François. Ce courrier appelait l'attention sur l'activité de l'animateur qu'ils estimaient de nature « à nuire au maintien de la paix civile en Guadeloupe ».

En Guyane, ACG s'est efforcée de réaliser des journaux d'information de qualité. La station a proposé deux rendez-vous quotidiens : un journal tout en images à la mi-journée et une édition plus complète en soirée. Elle a communiqué au Conseil les relevés des interventions politiques, syndicales et professionnelles. Les différents courants d'expression locale semblent être respectés et le Conseil n'a été saisi d'aucune plainte. Toutefois, en diffusant chaque semaine l'émission *Puissance de vie*, la chaîne accorde un temps d'antenne important consacré exclusivement à l'église évangéliste.

À La Réunion, Antenne Réunion a proposé deux journaux quotidiens de 20 minutes. Ces journaux sont composés de deux parties : une partie locale où sont traités les événements de l'île et des îles voisines (Madagascar, Maurice) ; une partie nationale et internationale composée de reprises de journaux de TF1.

Protection de l'enfance et de l'adolescence

Aqui TV, TLM et Télé Toulouse n'ont diffusé aucune œuvre susceptible de heurter la sensibilité du jeune public.

En octobre, le Conseil a été saisi par le président de l'Union départementale des associations familiales du Rhône à la suite de la diffusion par TLM, dans le cadre de l'émission *Airs du temps*, d'un reportage enregistré dans une librairie spécialisée dans la littérature érotique.

Le Conseil a donc rappelé à TLM ses engagements conventionnels et notamment qu'un reportage de ce type destiné exclusivement à un public d'adultes aurait dû être précédé d'un avertissement et diffusé seulement en deuxième partie de soirée.

Trois chaînes d'**outre-mer**, **Antilles Télévision**, **Antenne Créole Guyane** et **Antenne Réunion**, reprennent principalement les programmes de fiction de TF1 et de M6 ainsi que la classification adoptée lors de leur diffusion en métropole. Les téléfilms et œuvres cinématographiques sont présentés avec les pictogrammes correspondants. Les programmes signalisés sont annoncés à l'antenne et généralement dans la presse. En ce qui concerne les autres programmes, la classification est établie par les chaînes.

Production locale

En métropole, les télévisions locales sont tenues de proposer deux heures par jour de production locale en première diffusion. Or, aucune d'entre elles n'est parvenue à remplir complètement cette obligation. Si elles ont réussi à tenir cet engagement du lundi au vendredi, elles sont restées en deçà des deux heures imposées le week-end, malgré une légère progression par rapport à l'année précédente. Les télévisions qui ont commencé à émettre en 2000 se trouvent confrontées à la même difficulté : celle de maintenir le week-end une équipe importante sur place. Aucune de celles qui ont commencé à émettre ne remplissent leurs obligations les samedis et dimanches.

Aux Antilles et en Guyane, la spécificité des télévisions locales réside dans la production quotidienne de journaux d'information et d'émissions dites de proximité qui témoignent de la vie du département et qui donnent la parole aux acteurs locaux.

Les décisions d'autorisations fixent généralement à deux heures quotidiennes cette obligation de production « fraîche ».

Les chaînes ont des difficultés à assurer cette production propre en première diffusion et des déficits horaires importants sont enregistrés en fin de semaine surtout le dimanche.

Les opérateurs locaux estiment que leurs moyens limités ne leur permettent pas de produire des émissions de qualité capables de soutenir la comparaison avec l'offre extérieure.

Ils ont souvent tendance à supprimer de leurs grilles des émissions qui leur permettraient d'assurer les volumes horaires requis mais qui ne les satisfont plus en termes « d'image de la chaîne » : les longs entretiens en plateau, les captations d'images de plus ou moins bonne qualité à l'occasion de fêtes ou d'événements locaux, etc.

À La Réunion, Antenne Réunion a respecté le volume minimum de diffusion de programmes produits localement. En dépit d'une situation financière tendue, le Conseil a donné acte à la société des efforts entrepris pour accroître la régionalisation de la production et pour développer une production de stock destinée à être diffusée par les stations régionales et RFO Sat.

Œuvres audiovisuelles

En métropole, seule Aquï-TV a diffusé des œuvres audiovisuelles provenant principalement de TV5, donc en majorité européennes et d'expression originale française. La chaîne a également coproduit des documentaires historiques scénarisés comme *Le Périgord en capitale* ou *Dossiers classés*.

Dans les départements d'outre-mer, les quotas de diffusion d'œuvres audiovisuelles déclarés par les chaînes sont satisfaisants en ce qui concerne les œuvres d'expression originale française, mais la part d'œuvres d'origine européenne est toujours inférieure à 60%.

Antenne Réunion n'a pas fourni au Conseil la totalité des informations relatives à la diffusion des œuvres audiovisuelles. Les quotas n'ont donc pas pu être établis et la chaîne a reçu une mise en demeure du Conseil sur ce point.

Œuvres cinématographiques

En métropole, aucune œuvre cinématographique n'a été diffusée.

Outre-mer, les proportions d'œuvres cinématographiques ont été très inférieures aux seuils fixés. Il s'établissaient pour Antenne Réunion à 9,2% d'œuvres européennes et à 4,6% d'œuvres d'expression originale française, pour Antilles Télévision respectivement à 13,7% et à 5%, pour Antenne Créole Guyane à 29,6% et à 22,2%.

Le Conseil a décidé, après en avoir délibéré le 4 janvier 2001, de les mettre en demeure de se conformer aux dispositions législatives et réglementaires qui fixent à 60% la proportion d'œuvres européennes et à 40% la proportion d'œuvres d'expression originale française.

Bien que rien ne permette d'affirmer que certains programmes aient été diffusés sans droits, leur présentation peut susciter quelques interrogations. Ainsi du dessin animé de Walt Disney, *La Belle et le Clochard*, qui a été diffusé le vendredi 11 février à 18h par Éclair Télévision.

Publicité et parrainage

En métropole, c'est dans le domaine de la publicité et du parrainage que plusieurs manquements ont été relevés. TLT et TLM ont présenté des messages émanant d'annonceurs du secteur interdit de la distribution et des publi-reportages.

Des parrainages incorrects ont été observés sur les trois chaînes métropolitaines TLT, TLM et Aqui-TV.

Des émissions de téléachat ont été diffusées en dehors des horaires autorisés par TLM et la présence de marques a été observée dans des séquences de téléachat diffusées par TLT.

Outre-mer, de la publicité clandestine et des parrainages incorrects ont été relevés dans les émissions d'Antenne Réunion (cf. chapitre VII, « Les sanctions »).

Dès la mise en place du pôle privé de télévisions locales, les pouvoirs publics ont souhaité favoriser leur développement en aménageant les conditions de la concurrence entre ces opérateurs audiovisuels privés et le secteur public. Des modifications ont été apportées au régime publicitaire de l'audiovisuel public outre-mer ainsi qu'aux conditions de reprise des programmes métropolitains par RFO.

En dépit de ces mesures, et malgré l'autorisation de la publicité pour la distribution, les chaînes locales hertziennes en clair des DOM TOM ne disposent que de faibles ressources. Leurs déficits résultent de l'étroitesse des marchés publicitaires locaux. Certaines connaissent des situations financières inextricables et d'autres semblent condamnées à disparaître. Chacune présente des difficultés importantes à respecter les règles de diffusion relatives à la publicité et au parrainage.

3 - Les chaînes du câble

L'offre de programmes

En 2000, l'offre de programme apparue sur le câble a été riche de concepts nouveaux. En effet, parmi les chaînes qui ont trouvé leur place dans les plans de service au cours de l'année, huit n'avaient pas d'équivalent dans l'offre antérieure.

On distingue ainsi :

- **Santé Vie**, lancée en avril, qui présente deux programmes : dans la journée en clair à l'intention du grand public ; la nuit, en crypté, à l'intention des professionnels de la santé ;
- des chaînes exclusivement consacrées à l'actualité du cinéma : **Ciné Info** lancée en mai, rejointe en septembre par **AlloCiné Télévision** ;
- depuis juillet, une chaîne universitaire, **NTV-Nanterre Télévision**, dont la distribution est limitée au réseau câblé de l'université de Paris X à Nanterre ;
- une chaîne régionale bilingue à vocation nationale, centrée sur la Bretagne, les pays celtiques et la mer, **TV Breizh**, diffusée depuis le 1^{er} septembre ;
- un service exclusivement consacré à la Bourse, **Initiés TV** ; chaîne d'information et de conseils financiers, lancée sur le câble au mois de décembre, elle se veut chaîne de service ayant pour objectif d'initier les téléspectateurs à la culture boursière ;
- également en décembre, la première chaîne destinée aux enfants de deux à sept ans, **TiJi** ;
- toujours en décembre, un service de téléachat ayant pour objet principal la présentation, en vue d'un abonnement, des programmes proposés aux futurs abonnés des réseaux exploités par NTL France, **NTL TV**.

Quant à la chaîne **ZIK**, il s'agit en fait d'une renaissance ; chaîne musicale lancée par le groupe AB en février 1998, elle avait été retirée de l'antenne en septembre de la même année.

Enfin, **TF6** lancée à la fin de l'année est le produit d'une association de deux diffuseurs nationaux, TF1 et M6. A vocation quasi généraliste et principalement consacrée à la fiction, elle est dotée de moyens importants et cible le public des jeunes adultes.

LES CHAÎNES GÉNÉRALISTES FRANCOPHONES

L'offre généraliste de **Monte-Carlo TMC** n'a connu que peu de modifications depuis plusieurs années. «La Chaîne du Sud» propose des magazines qu'elle produit elle-même. *Sud*, *Sport Sud* ou *Papilles* confortent son ancrage méridional ainsi que les émissions *Images du Sud*, *Pleins feux et Monaco en images*. Des séries documentaires, des retransmissions sportives, des fictions, de courtes séquences d'information, des émissions destinées à la jeunesse et de téléachat viennent compléter la programmation. L'offre cinématographique, progressivement réduite par la chaîne au cours de l'année, afin de se conformer au quantum réglementaire, est restée supérieure aux seuils légaux. En fin d'année, TMC a mis à l'antenne *OM magazine*, consacré à l'actualité du club sportif et produit par OM TV.

La programmation de **TV5** est composée de nombreuses émissions réalisées par ses partenaires, comme par exemple *Bouillon de culture*, France 2 ; *Grands gourmands*, France 3 ; *Archimède*, Arte ; *Fête des bébés*, La Cinquième ; *Les Carnets du burlingueur*, RTBF ; *Découverte*, CTRC (Consortium de Télévision du Québec) ; *Fax culture*, Télévision Suisse Romande ; *Outremers*, RFO. Elle a également repris les journaux télévisés de France 2 et de France 3, de la RTBF, de la TSR et a diffusé son propre *Journal* et le *Le Journal des journaux*.

La fiction a tenu une place importante dans sa grille et, à partir du 16 janvier, le lundi soir, les téléspectateurs ont pu choisir des sous-titres qui leur ont été proposés en cinq langues (français, allemand, néerlandais, suédois et russe).

La chaîne a maintenu une offre cinématographique de bonne qualité.

Le magazine *24 heures à...* a conduit son public à Hanoï, Paris, Rio de Janeiro et, en septembre, est apparu *Le Clip prestige* mettant, chaque semaine, l'accent sur un artiste différent.

Enfin, un nouveau rendez-vous quotidien a été mis à l'antenne en décembre, *Le Journal de l'éco*, qui traite en trois minutes l'essentiel de l'actualité économique du jour. Cette émission est présentée par Xavier Debontride, journaliste aux *Échos*.

TV5 a poursuivi son effort d'acquisition de droits sportifs pour enrichir sa grille avec, outre la diffusion d'une rencontre de football par journée de championnat de France, l'acquisition des matchs à domicile des clubs français en coupe UEFA (diffusés en différé pour la France), ainsi que la retransmission en différé de trois des cinq matchs que l'équipe de France de rugby a joués en Tournoi des six nations.

Depuis le 15 octobre, un signal TV5 a été lancé à destination des téléspectateurs français, belges et suisses, tandis qu'un autre signal est exclusivement destiné aux téléspectateurs des autres États de l'Union européenne ou signataires de l'Espace économique européen.

LES CHAÎNES CONSACRÉES A L'INFORMATION

EuroNews couvre l'actualité mondiale de 6h à 2h et diffuse simultanément en six langues différentes (français, anglais, allemand, italien, espagnol et portugais). Elle s'est dotée en mars d'un instrument de mesure d'audience à destination des annonceurs et d'une régie publicitaire pour son site Internet.

Sa programmation s'appuie sur la présentation, toutes les 30 minutes, d'un journal complet, tout en images, remis à jour avec une page sport, une page économie et une rubrique météo internationale. EuroNews diffuse également des magazines d'actualité et de société tels que

Meridian (qui fait le point sur les relations économiques, sociales et culturelles entre l'Europe et les autres continents), *International* (magazine d'actualité internationale). Dans le cadre de l'émission *Perspectives* (de 22h30 à 23h et de 23h30 à minuit) sont présentés : *Heute journal*, bulletin d'information de la ZDF, puis les points forts des journaux télévisés en France, Allemagne, Italie, Espagne, Portugal, Suisse et Grande-Bretagne.

En avril, elle a lancé le magazine *E-news*, qui traite l'actualité économique d'Internet pour le consommateur et l'entreprise. Ce magazine suit aussi le développement du commerce électronique (« Business to Business » ou « Business to Consumers ») et des sites spécialisés Web porteurs destinés aux consommateurs ou aux sociétés.

A partir du mercredi 8 novembre, EuroNews a diffusé un nouveau magazine hebdomadaire consacré aux activités de loisirs, *Dolce Vita*, qui donne des idées pour organiser les moments de loisirs, du sport au voyage, de la musique aux promenades. Son ambition est de répondre à des questions pratiques : Quels sont les voyages les plus exotiques ou insolites et comment les organiser ? Pour un week-end, quels sont les festivals musicaux ou expositions culturelles à ne pas manquer ? Où et comment pratiquer des sports de loisirs tels que le roller, le snowboard, et quelles sont les nouveautés en matière d'équipements et de gadgets ? EuroNews rencontre des organisateurs, des exposants ou des pratiquants et communique des conseils pratiques pour profiter au maximum des instants de détente.

Enfin, l'année 2000 a permis à la chaîne de couvrir plus particulièrement certains événements à l'image de la réunion annuelle du Forum économique mondial à Davos du 27 janvier au 1^{er} février, du Festival du film international de Berlin du 9 au 20 février (principalement dans l'émission *Cinéma*), des élections législatives espagnoles en mars, etc.

i>télévision, créée le 4 novembre 1999, se présente comme une chaîne d'information en continu privilégiant le direct et les régions. Pour ce faire, elle dispose d'un budget annuel de 200 MF, d'une technologie novatrice incluse dans une flotte de 29 véhicules équipés pour la transmission des signaux par satellite et d'une diffusion par CanalSatellite, TPS et les réseaux câblés de NC Numéricâble, France Télécom Câble et Noos.

Sa programmation (24h/24) s'articule autour d'un résumé des titres tout en images de 4 minutes, tous les quarts d'heure (toutes les demi-heures le week-end), suivi de la météo, d'un flash, de reportages et/ou de magazines (de 9 minutes la semaine, 24 le week-end).

De nouveaux magazines sont apparus à l'antenne en avril 2000 : *i>nterview*, d'une durée de 9 minutes, diffusé du lundi au vendredi, dans lequel les éditorialistes de la chaîne reçoivent une personnalité politique s'exprimant sur le fait politique du jour ; *i>technologies*, magazine de service et de conseil, 3 minutes pour que le téléspectateur soit à même de comprendre, choisir et utiliser les nouvelles technologies ; *Une heure avec...*, émission en deux parties de 24 minutes chacune diffusée le vendredi vers 19h35, présentée par Noël Couëdel et dans laquelle un panel représentatif de quatre Français se retrouve autour d'un invité qui évoque son actualité, sa carrière...

Certains magazines ont vu leur formule et/ou leur durée modifiée(s). *i>économie*, un tête-à-tête entre Jacques Jublin (rédacteur en chef de *L'Expansion*) et un acteur de l'actualité économique, diffusé le samedi sous forme d'un module d'une durée de 24 minutes, est devenu, à compter du 30 juin, un magazine de 6 minutes diffusé le vendredi et le samedi qui a pour ambition de présenter, d'une part, une «autre» lecture de l'information économique et de donner, d'autre part, aux téléspectateurs des éléments d'information sur divers thèmes économiques (notamment par le recours à des interviews d'experts). Par ailleurs, *i>débat* qui était diffusé chaque jour pendant une heure, de 20h à 21h, passe à une diffusion de 24 minutes de 19h35 à 19h59.

Pendant l'été, i>télévision a mis à l'antenne i>*vacances*, constitué de reportages qui permettent aux téléspectateurs de suivre la vie, l'activité d'une personne, d'un groupe ou d'un lieu, pendant une journée. La grille du mois de juillet a été agrémentée de trois rendez-vous quotidiens de 9 minutes à 9h35, 15h35 et 18h05 pour suivre l'actualité du Tour de France. i>*bien-être*, magazine qui dresse le portrait de Français ayant décidé de vivre «en harmonie dans leur corps et leur tête», a également pris place à l'antenne.

La rentrée de septembre a vu l'arrivée d'un magazine intitulé i>*société*, rendez-vous quotidien de 9 minutes, dans lequel un invité fait découvrir les grandes tendances de la vie moderne, les grandes évolutions dans la vie quotidienne...

i>*politique*, qui était diffusé le dimanche pendant 24 minutes, est devenu quotidien mais réduit à 9 minutes.

Enfin, pendant toute la saison du championnat de football de première division, i>télévision a proposé pendant 10 minutes, après chaque match retransmis par Canal+, un résumé du match, un direct des vestiaires et des interviews.

La chaîne d'information boursière **Initiés TV** a été lancée le 6 décembre dernier sur le réseau parisien du câblo-opérateur Noos.

La programmation du service est composée d'émissions de plateau et de reportages consacrés à l'information boursière et financière. Initiés TV s'inscrit dans la continuité d'une démarche entreprise en octobre 1995 sur Paris Première avec l'émission *Eco écu et quoi ?*, rebaptisée, quelque temps plus tard, *Initiés.com*. Elle s'adresse à tous ceux qui gèrent eux-mêmes leurs portefeuilles d'actions, qui ont un compte chez un courtier en ligne ou qui souhaitent tout simplement s'initier aux rudiments de la Bourse.

Initiés TV est un service multimédia qui couple une chaîne de télévision classique à un service de télévision interactive.

La chaîne de télévision présente des émissions telles que : *Nasdaq attaque !*, présentée par Eric Cosson, qui décrypte les évolutions du marché américain, tous les soirs de la semaine en direct à 22h30, après la clôture des marchés ; *Les nanas boursicotent*, où Alexandra Golovanoff et son invitée présentent une revue de marché avec analyse d'une dizaine de valeurs représentatives choisies dans les différents marchés parisiens ; *Next Economie*, programme consacré aux entreprises technologiques cotées sur Euronext ; *Euro et riche*, émission dans laquelle Charles Noli s'intéresse aux valeurs qui font l'actualité des marchés européens ; *En avoir ou pas ?*, qui apporte une vision mondiale de l'économie ; *A table !*, qui donne chaque soir la parole à un spécialiste (financier, entrepreneur, sociologue...).

Les programmes de la chaîne sont relayés par un service de télévision interactive, accessible *via* la télécommande, sur le même canal. Le téléspectateur y trouve un guide électronique des programmes, les cours de la Bourse avec possibilité de personnaliser la consultation en fonction de son portefeuille, des fiches pédagogiques sur la Bourse et ses arcanes, des jeux déclinés sur le thème boursier.

Initiés TV diffuse du lundi au vendredi de 19h à 0h30 (de 9h à 2h30 le week-end) ; des rediffusions occupent l'antenne de 6h à 9h le lendemain. De 9h à 19h, l'écran est occupé par la page donnant accès au service interactif.

Avec un budget de fonctionnement d'environ 320 millions de francs et une diffusion 24h/24, **LCI**, troisième chaîne la plus regardée sur le câble et le satellite, délivre un journal toutes les demi-heures ainsi qu'un grand journal à 19h présenté par David Pujadas.

Elle fait une large place aux magazines consacrés notamment à l'économie, la culture, la vie quotidienne, la bourse, l'informatique, la politique, l'automobile, les régions, la mode... et aux débats.

Pendant tout le premier trimestre la grille est restée stable. La chaîne préparait alors des changements substantiels : le déménagement des locaux à Boulogne-Billancourt (l'immeuble de la maison mère TF1), l'adoption d'une technologie tout numérique à la disposition de la rédaction, un décor et un habillage renouvelés, une nouvelle armature pour la grille des programmes, surtout en début de soirée.

Au second semestre de nouvelles émissions ont été mises en place :

- du lundi au jeudi, Ruth Elkrief anime un *talk-show*, *Le Club LCI* ;
- le vendredi, David Pujadas et Patrick Buisson animent un débat politique, *100% Politique* ;
- le jeudi, le magazine *Psycho-philo* est confié à Jean-Louis Servan-Schreiber (directeur de *Psychologies magazine*) ;
- plusieurs fois par an, Nicolas Hulot pilote une émission consacrée à l'environnement, *Eco-logique*.

LES CHAÎNES CONSACRÉES À L'ACTUALITÉ DU CINÉMA

Deux chaînes ont vu le jour en 2000.

Ciné Info, lancée le 11 mai par trois professionnels du cinéma, présente, dans plusieurs émissions, la totalité des bandes-annonces des films nouveaux en salle, ou bientôt ou encore en salle et en vidéo ainsi que des émissions courtes sur l'actualité du cinéma : *Face Caméra*, *En marche*, des interviews d'acteurs ou de réalisateurs ; *Par-ci Par-là*, une émission dans laquelle un présentateur interroge des gens qui sortent des salles de cinéma. La chaîne est également disponible sur le Web, qui donne la possibilité de télécharger sur un ordinateur des bandes-annonces.

Cinéinfo est un service multimédia qui couple une chaîne de télévision classique à un service de télévision interactive.

AlloCiné Télévision a été lancée le 5 septembre sur le câble et le satellite, après le lancement en 1993 du premier service AlloCiné de renseignements cinématographiques par téléphone, puis par Minitel. La chaîne propose la diffusion de bandes-annonces de films ainsi qu'un certain nombre d'émissions : *Flash cinéma*, qui propose un résumé quotidien de l'actualité cinématographique en France et à l'étranger ; *Le Talk-show*, avec un invité ; *La Chronique d'Olivier Barrot* qui commente l'actualité du cinéma ; le *Making-of*, sur les tournages ; *Sorties de salles*, avec une équipe de journalistes qui part à la rencontre du public à la sortie des salles ; *Parole de star* avec un acteur, une comédienne, un réalisateur ; *La Séquence du spectateur*, émission culte.

AlloCiné Télévision est également un service multimédia qui couple une chaîne de télévision classique à un service de télévision interactive.

LES CHAÎNES DESTINÉES À LA JEUNESSE

La plupart des chaînes destinées à la jeunesse ont confirmé leur ligne éditoriale et l'organisation de leur offre au cours de l'année, privilégiant ainsi le développement de leur identité et de leur notoriété dans un contexte très concurrentiel.

Des options communes se sont dégagées en 2000 comme l'organisation par la plupart des chaînes de soirées ou de week-end thématiques, la présentation d'événements à l'antenne qui inscrivent les programmes dans l'actualité et les centres d'intérêt des jeunes téléspectateurs (Mardi gras, Fête des mères, Fête de la musique, salons des jeux ou du livre, Halloween, Noël, etc.) ou encore des aménagements de la grille pendant les congés scolaires. Chaque service, soucieux de fidéliser ses différents publics, a proposé une grille stable et structurée en fonction des tranches d'âge, des rendez-vous spécialisés et de nombreuses possibilités de contact avec la chaîne : jeux et concours, interventions en cours d'émissions en direct, communication par courrier ou téléphone, voire par télécopie et par le biais de sites Internet.

Canal J, la plus ancienne des chaînes jeunesse, est celle qui a connu les aménagements les plus importants au cours de l'année et particulièrement en octobre avec la mise en place de la grille de rentrée.

La nouvelle orientation de la politique éditoriale de la chaîne intervenue dès juillet 1999, suite à la modification de l'actionnariat et de l'équipe de direction, s'est confirmée en 2000. Elle s'est manifestée par un déplacement sensible du «cœur de cible» des enfants de 7 à 10 ans vers les préadolescents. Le volume de programmes destinés aux plus jeunes a été réduit au profit de nouvelles cases horaires de fiction telles *Animax*, consacrée à la diffusion de programmes d'aventure et d'action, ou *Fout la trouille* composée de séries fantastiques, d'une offre de cinéma plus abondante, malgré les difficultés d'approvisionnement en films européens et français rencontrées par la chaîne, et d'une émission mensuelle de divertissement, *Lapiap*, visant un public de jeunes adolescents.

Le «magazine d'actualité» *Faut que ça saute*, animé en alternance par une équipe renouvelée de présentateurs, a été enrichi de plusieurs rubriques pour traiter des «dernières tendances», de conseils pratiques et des loisirs (jeux vidéo, musique, cinéma, multimédia, sports extrêmes, bricolage notamment) qui constituent les centres d'intérêt de ces téléspectateurs.

L'offre principale des autres chaînes destinées à la jeunesse s'est caractérisée par sa stabilité. Une des modifications intervenues sur **Disney Channel**, chaîne destinée à un public familial, outre la structuration de la journée en tranches de programmes et la dédicace de séries par les téléspectateurs, est la diffusion chaque jour à 19h d'une œuvre de fiction audiovisuelle ou cinématographique de long métrage. Ce changement d'horaire et la régularité de diffusion ont pour objet d'adapter les temps forts de la chaîne aux rythmes de vie de la famille et de simplifier le repérage de ces rendez-vous dans la semaine.

L'animation, le cinéma, les magazines et le direct quotidien *Zapping Zone* restent les composantes majeures de la programmation de Disney Channel.

L'offre de **Fox Kids** est restée identique à celle de l'année précédente, principalement composée de séries de fiction et d'animation, de vidéomusiques et occasionnellement de téléfilms. Bien qu'autorisée par convention à diffuser des films, la chaîne n'en a diffusé aucun. Les séquences d'animation de l'antenne par les marionnettes vedettes de Fox Kids et les nombreux inter-programmes originaux réalisés en 3D à l'initiative de la chaîne ont encore rythmé la diffusion et contribué à renforcer son identité.

Game One, chaîne consacrée à l'univers des jeux vidéo, a mis en place en janvier une nouvelle grille et propose depuis cette date des œuvres audiovisuelles, séries (*Red Dwarf*), séries d'animation (*Nazca*, *Robotech*), qui viennent compléter les magazines déjà existants, *Level Zone*, *Total Mix*, *Sound Test*, *Cinematek*, *24H*, *Focus...*, et qui traitent du jeu vidéo dans toutes ses déclinaisons (BD, Cinéma, musique, sport, etc. De nouveaux magazines sont venus enrichir la grille en septembre (*Tarte up*, *Solution complète*), puis en décembre (*News Express*, *My game*).

La politique éditoriale de **Mangas**, chaîne exclusivement consacrée à l'animation et plus particulièrement aux dessins animés d'origine japonaise, a été poursuivie. La grille, organisée selon une rotation régulière de blocs de programmes multidiffusés, n'a pas permis une distinction claire entre les programmes destinés au jeune public et ceux s'adressant à un public d'adolescents et de jeunes adultes, comme le prévoyait la convention d'origine de la chaîne. En effet, des titres communs ont pu apparaître dans les deux tranches horaires de programmes. Toutefois, la chaîne s'est attachée à reporter après 19h les dessins animés adaptés de mangas ne pouvant convenir aux jeunes enfants.

Enfin, **Télétoon** a consacré la totalité de son offre à l'animation comme les années précédentes. L'offre cinématographique, abondante la première année d'exercice de la chaîne, est restée exceptionnelle en 2000. Comme la quasi-totalité des chaînes jeunesse, Télétoon a organisé de nombreuses soirées thématiques autour des personnages de ses dessins animés, *Snoopy*, *Rahan*, *Robocop* ; elle a complété son volume de diffusion de programmes à partir de juillet en proposant chaque soir, de 20h30 à minuit, des séries animées dans *Ça toon la nuit* et proposé au cours de l'été, sous l'appellation *L'Été toon*, deux épisodes groupés d'un même titre d'animation ; elle a également introduit le personnage de Giorgio dans la présentation de ses programmes, une marionnette qui s'adresse au public et permet des changements de rythme dans l'enchaînement des dessins animés.

TiJi, destinée aux enfants de 2 à 7 ans, a été lancée par Canal J, le 15 décembre.

Pour tenir compte de la spécificité de ce public et du caractère novateur de cette chaîne dans le paysage télévisuel, le Conseil a souhaité appeler l'attention des concepteurs du projet sur les précautions préalables indispensables à sa mise en œuvre. Il a analysé avec précision le contenu de la grille de programmes et demandé aux responsables de s'attacher la collaboration de personnalités compétentes dans le domaine de la petite enfance.

Il a notamment proposé que la grille alterne les émissions d'éveil et les programmes de fiction et qu'elle prévienne pour les parents des séquences relatives aux conditions de développement équilibré des enfants. Et, afin de ne pas perturber la concentration et les capacités visuelles des très jeunes téléspectateurs de TiJi, il a souhaité qu'elle renonce à proposer aux enfants de participer à des jeux interactifs en surimpression des programmes.

Ceux-ci sont largement issus du stock de Canal J avec des séries, des dessins animés, des marionnettes, de courts modules documentaires, sur les bébés animaux par exemple. L'habillage est conçu à la manière d'un tableau d'éveil avec des couleurs acidulées et un lapin jaune comme guide.

LES CHAÎNES CONSACRÉES À LA FICTION

AB1 propose chaque jour environ 20 heures d'une programmation destinée à un large public familial et de jeunes adultes. Des séries (*Friends*), des feuilletons, des téléfilms, quelques vidéomusiques et quelques œuvres cinématographiques composent la grille, qui s'est enrichie de nouveaux magazines, *Internet tonight*, *Eurotrash*, *Rap city*, *Net et précis*.

L'offre de **Canal Jimmy** n'a pas subi d'évolution sensible. Comme les années précédentes, elle s'articule autour des séries, principalement d'origine américaine, des œuvres cinématographiques, des concerts, des documentaires et des magazines.

Les séries représentent toujours le principal genre proposé par Canal Jimmy, qui a programmé en 2000 de nombreuses séries inédites américaines en version originale sous-titrée (*Les Soprano*, *Hippies*, et la sixième saison de *Friends*). Comme l'année précédente, l'offre cinématographique reste, elle aussi, majoritairement d'origine américaine.

La musique rock est très présente avec un concert chaque vendredi soir et de nombreux documentaires et magazines (*Top Bab*, *Rock press club*). De plus, certains numéros de *Discorama*, du *Palmarès des chansons* et de *16 millions de jeunes* consacrés à Nino Ferrer, Claude Nougaro, Sylvie Vartan ou Claude François ont été rediffusés.

D'autres magazines (*La Route*, *T'es toi*, *T'as pas une idée ?*) et des *Chroniques* confiées à des personnalités très diverses abordent des thèmes de société tandis que *Quatre en un* et *Cambouis* traitent de l'automobile, de la moto et de la mécanique.

Enfin, Canal Jimmy a organisé des soirées spéciales autour de Grateful Dead, David Bowie, Tina Turner, la retransmission des Emmy Awards 2000, ou encore la soirée *Jimmy est à vous* où les téléspectateurs sont invités à voter pour leur série préférée.

Comédie !, chaîne de l'humour, a proposé son émission quotidienne d'une heure en direct et en public, *La Grosse Émission*, animée par deux humoristes Kad et Olivier entourés de musiciennes, Les Rumbananas.

La chaîne a coproduit et diffusé une série africaine *Kadi jolie* avec Jovial Production et la Direction de la cinématographie du Burkina Faso et avec l'aide du CNC.

Comme l'année précédente, elle a diffusé avec quelques jours de décalage le *Late Show with David Letterman*, animé par un des présentateurs les plus célèbres des États-Unis qui reçoit sur CBS vedettes et personnalités.

Elle a proposé une nouvelle émission présentée par Julie Raynaud *Demandez le programme* qui commente l'actualité de tous les spectacles et aussi des nouvelles séries : *The Larry Sanders show*, *Un gars du Quenns*, *Père malgré lui*, *Rhona*. En général, les séries américaines sont diffusées en version originale sous-titrée, puis rediffusées en version française.

Comédie ! a diffusé également *Le Mondial de l'impro* au cours duquel les meilleurs improvisateurs s'affrontent par équipe.

Comme précédemment, deux films en moyenne par semaine ont été programmés dont un en général est américain diffusé parfois en version originale sous-titrée.

Festival, chaîne consacrée depuis son lancement à la fiction française et européenne, s'est ouverte aux programmes américains avec, à partir d'octobre pendant 6 semaines, la diffusion tous les vendredis d'une collection de téléfilms produits par Spielberg, *Le Cinéma*

des écrivains, 6 films de télévision associant le talent de prestigieux écrivains au célèbre réalisateur et producteur.

La chaîne a rendu hommage au réalisateur Maurice Dugowson en lui dédiant l'intégralité d'une soirée.

Elle a diffusé des inédits comme *Opération Tango*, une fiction choc canadienne sur l'intervention des Casques bleus en Bosnie.

Et toujours du théâtre avec une soirée *Souvenirs, Souvenirs* rendant hommage à Jacques Charron.

Elle a continué à présenter chaque mois des personnalités du cinéma : Annie Girardot, Carole Bouquet, Bernard Lanvin, Jean Gabin, Romy Schneider, Serge Gainsbourg, Jean Seberg, Isabelle Adjani, Alain Delon et Roland Giraud. Elle a fêté son 4^e anniversaire avec une soirée consacrée au comédien Christian Clavier et elle a rendu un hommage particulier à Gérard Philippe en lui consacrant un cycle au mois de mars avec *Pot-Bouille*, *Tous les chemins mènent à Rome* et *Le Rouge et le Noir*.

En septembre, Festival a proposé un nouveau rendez-vous thématique : la soirée *Réalité-fiction* qui consiste à éclairer un film de télévision par un documentaire sur le même thème.

En décembre, la chaîne s'est ouverte au fantastique avec la diffusion du feuilleton *La Poupée sanglante*, d'après Gaston Leroux.

Elle a continué à coproduire son magazine mensuel *Atmosphère*, *Atmosphère* consacré à l'actualité de la fiction présenté par Philippe Colignon.

Paris Première a réaffirmé son identité de chaîne de «la culture au pluriel» et de l'actualité des événements parisiens. Elle a maintenu les programmes consacrés à la mode et aux créateurs, au cinéma, à la musique, à la création littéraire ou aux retransmissions sportives en direct (par exemple au Palais Omnisport de Bercy : moto, jumping, roller ; de Londres : championnat du monde de danses ; La Course de l'Amérique, de janvier à mars, toutes les nuits ; Stade de Coubertin : tennis). Les spectacles humoristiques, de théâtre, les opéras, les concerts alternent avec des films, des séries documentaires et des magazines culturels. Une offre diversifiée dans laquelle se sont intégrés au dernier trimestre de l'année deux nouveaux magazines bimensuels diffusés en alternance : *M.A.P.S*, petit guide de la capitale en images, qui propose «mille adresses pour sortir» et complète les informations sur les événements parisiens, et *Toast*, émission présentée par Jean-Luc Delarue traitant des dernières tendances, des phénomènes de mode et de société, illustrés par des reportages.

Le *talk-show* d'origine américaine *Howard Stern*, qui en raison de son caractère extrêmement provocateur est diffusé en fin de soirée chaque jour de la semaine, est venu rejoindre l'émission *Paris Dernière* dans la catégorie des programmes réservés à un public averti.

La diffusion des émissions *Rive droite, Rive gauche, Le Gai Savoir, Courts particuliers, Recto Verso* ou *Paris dernière*, déjà bien installées à l'antenne, a été quelque peu aménagée, ce qui leur assure une présence accentuée dans la grille.

Tout en conservant quelques séries culte et l'*Album* des séries françaises, **Série Club** marque depuis plusieurs années son souci d'inscrire sa programmation dans l'actualité de la production audiovisuelle, notamment d'origine américaine, en proposant de nombreuses séries inédites diffusées en version originale sous-titrée. Chaque année, Série Club propose une *Nuit spéciale* sur un thème : celle de janvier a été consacrée aux pilotes de

séries fantastiques et au paranormal. En juin, la chaîne a ajouté la nuit spéciale *Screenings de Série Club*, composée de séries inédites en exclusivité permettant aux téléspectateurs de déterminer par vote la programmation de la rentrée. L'émission *Chacun son court*, consacrée aux courts métrages a été programmée à partir d'avril.

Innovation encore avec la mise en place au dernier trimestre de huit rendez-vous thématiques qui rythment la grille : *Club Comedy*, *Club Fantastic*, *Club District*, *Club Teen*, *Club S.F.*, *Club Premium*, *Club Classic* et au cours du week-end un rendez-vous avec l'animation pour adultes.

Le concept du téléspectateur «membre du club» passionné de séries est également développé sur le site Internet de la chaîne. Série Club souhaite donner la parole à son public et le nouveau magazine *Séries News* fournit l'occasion de répondre quotidiennement aux courriers et aux messages électroniques, de présenter le programme de la soirée ainsi que l'actualité des séries, les projets des acteurs et les réalisations en cours.

Téva, chaîne consacrée à l'univers féminin, propose comme les années précédentes une programmation qui s'articule autour du cinéma, des fictions (téléfilms, séries et feuilletons) et des magazines. En 2000, Téva a proposé de nombreuses séries américaines inédites, souvent en version originale sous-titrée (Oh Baby, Working girl, Carol, Style and substance, The simple life) qui sont venues compléter les séries déjà présentes en 1999 (Sex and the City, Ally mac Beal) ainsi que de nouvelles novellas brésiliennes (La Beauté du diable et Terra nostra).

La grille d'octobre, qui a vu disparaître les magazines *Téva éducation*, *Téva style* et *Téva santé*, a introduit une nouvelle émission, *La Quotidienne*, diffusée du lundi au jeudi à 19h. Pendant une heure, 4 femmes de générations différentes filment leurs vies puis l'évoquent en plateau, autour de quatre thèmes : la famille, le travail, l'amour et le bien-être.

TF6 a été lancée le 18 décembre en exclusivité satellitaire sur TPS et sur les offres câblées numériques. Chaîne à vocation généraliste, ne diffusant cependant ni information ni sport, elle s'adresse aux téléspectateurs de 15 à 40 ans, 24h/24.

La programmation est majoritairement constituée de fictions et séries américaines (*Wasteland*, *Les Médiums...*), diffusées en version française, mais aussi d'œuvres cinématographiques, de vidéomusiques (dans la fenêtre intitulée *Music Place*) et de certaines productions propres telles que :

- *Le Top 50*, émission musicale de 52 minutes diffusée tous les vendredis soir, qui indique le classement des 50 meilleures ventes de disques ;
- *Sexe sans complexe*, magazine diffusé en troisième partie de soirée tous les vendredis pendant 26 minutes, qui donne la parole à des téléspectateurs sur leurs expériences sexuelles, programme toujours signalisé en catégorie 3 (accord parental indispensable).

La grille s'articule en début de soirée autour de soirées thématiques : lundi/fantastique, mardi/policier, mercredi/comédie, jeudi/action, vendredi/campus, samedi/émotion, dimanche/cinéma.

Chaîne du suspense, **13^{ème} Rue** a été partenaire du Festival du film policier de Cognac pour la troisième année consécutive.

Comme précédemment, elle a proposé du cinéma d'action et de suspense, dont des grands classiques hollywoodiens en version originale sous-titrée, des courts métrages de jeunes cinéastes français (*Courts au 13*), des téléfilms ou des séries culte ou inédites.

Le 13^{ème} Jour du mois est devenu le rendez-vous des fans d'action et de suspense et à chaque pleine lune c'est *Nuit blanche sur 13^{ème} Rue* avec des séries culte.

En mai, 13^{ème} Rue a créé *Dossier n°13*, magazine hebdomadaire qui traite de l'actualité du suspens, de l'horreur, de l'action et de la science-fiction, présenté par Pascal Parsat dans des décors inquiétants et mystérieux.

Avec la région Aquitaine, Geteve et Athanor studio, elle s'est lancée à nouveau dans la coproduction d'une série de 13 courts métrages intitulés *Les Redoutables* qui seront diffusés en 2001. Chaque film est réalisé par un réalisateur différent.

Depuis septembre, elle est diffusée 24h sur 24 : renforcement des soirées hebdomadaires thématiques avec une série documentaire sur les méthodes d'investigation, des séries inédites *La Part du diable* et *Les Piégeurs*, des épisodes inédits de *New York District*, des magazines produits par la chaîne.

A partir de novembre, les frères Bogdanoff ont présenté la soirée science-fiction du mardi et *Projet X 13*, nouveau magazine de science-fiction.

A partir de décembre, la chaîne a diffusé dans *Les Dossiers de la Crime* 12 épisodes de 26 minutes « Le Lieu du crime », une coproduction 13^{ème} Rue, Pathé Télévision, France 3 Régions et les Éditions Nuit et Jour.

Elle a remporté deux Ithèmes : meilleure opération spéciale pour l'*Année Hitchcock* et meilleure contribution à l'exportation de la création française pour la série de courts métrages *Chambre n°13*.

LES CHAÎNES CONSACRÉES AU DOCUMENTAIRE

Comme les années précédentes, **Odyssée** propose des documentaires multidiffusés avec une prédilection pour la nature et l'aventure, les événements et l'histoire. Depuis le 27 février, l'antenne ouvre à 9h (11h auparavant) et de nouveaux magazines hebdomadaires thématiques ont été introduits : *Histoire du monde* en janvier, *Patrimoine : pays de France* en septembre. Elle a diffusé de nombreux documentaires coproduits : *Fidel Castro, l'espérance trahie* (Odyssée/TF1/Transparences productions), *50 ans de maquis* (Odyssée/ Les films du village/ France 3), *L'Enfance dans ses déserts* et *Appel d'air* (Odyssée/La Cinquième/ Système TV).

Planète propose chaque jour de 6h à 1h une programmation documentaire multidiffusée. Si tous les thèmes sont abordés, nature, histoire, culture... les sujets de société sont particulièrement privilégiés. Planète a diffusé en 2000 de nombreux documentaires coproduits : *Tableau SDF* (Planète/MF5), *Riviera* (Planète/Pathé), *L'Équipier* (Planète/Films du tambour).

De 6h à 2h, **Planète 2** propose une déclinaison des programmes diffusés sur Planète. Ces documentaires s'accompagnent de la diffusion sur **Forum Planète** de débats qui prolongent le film présenté. En 2000, Forum Planète, qui propose ses programmes de 10 heures à minuit, a ainsi abordé des sujets aussi divers que la chasse (avec François Patriat et Jean Marc Thiollay, vice-président de la Ligue de protection des oiseaux) qui faisait suite au film *Les Oiseaux de la colère* coproduit par Planète, *Les Missionnaires aujourd'hui*, *La Réunification de l'Allemagne*, *La France de la Renaissance*, *Les Pesticides* ou encore *La Mondialisation*. Pendant l'été, sa grille s'est réduite et organisée autour de journées thématiques, comme : *La Génération droits de l'homme* avec six débats (la torture, les sans-papiers, le Goulag, les génocides, l'exploitation des enfants, les droits des hommes).

Seasons propose chaque jour de 12h à 0h30 une programmation centrée sur la chasse, la pêche et la nature, composée de documentaires multidiffusés, de chroniques (*Météo nature*, *Noms de noms*, *Les Curiosités naturelles*, *Les Rencontres de la semaine*) et de magazines hebdomadaires (*Saisonniers*, *Bouquinages*). Ces chroniques et magazines sont produits et réalisés par la chaîne, qui a également coproduit et diffusé un certain nombre de documentaires, par exemple *Une vie de chien* de Michko Netchak présenté en août à la Mostra de Venise. Elle a également programmé sept œuvres cinématographiques consacrées à la nature ou à la chasse.

Comme **Seasons**, **Chasse et pêche** s'adresse aux pêcheurs et chasseurs et leur propose chaque jour de 6h à 1h une programmation multidiffusée à caractère documentaire. Ont ainsi été programmés des documentaires généralement de format court (13 ou 26 min) tels que *Le Bar au lancer en Bretagne*, *La Vénérie à la française*, et des séries culinaires comme par exemple *La Cuisine du sanglier*.

Les autres chaînes d'Absat consacrées au documentaire, **Animaux**, **Escales** et **Encyclopédia**, ont essentiellement diffusé des programmes achetés. **Animaux** a mis à l'antenne de nombreux documentaires européens et une émission mensuelle, *Au nom de la faune*, présentée par Alain Bougrain-Dubourg.

LES CHAÎNES CONSACRÉES A L'HISTOIRE

histoire a continué à proposer une programmation de qualité avec des productions propres, tout en apportant des modifications à ses programmes : *Le Journal de l'histoire*, présenté par Guillaume Durand, est passé de 30 minutes à 45 minutes pour accueillir débats et chroniques hebdomadaires. A partir du 25 septembre, l'émission s'est déroulée en trois parties, dans un nouveau décor. Une nouvelle rubrique de 2 minutes de Jean-Christophe Victor, directeur du Laboratoire d'analyse politique et cartographique, *L'histoire qui vient*, a trouvé sa place dans l'émission.

La chaîne a diffusé *Lucy, Ramsès et Cie*, un magazine mensuel de 55 minutes, en partenariat avec la revue *L'Archéologie* consacré à l'archéologie et à la paléontologie.

La chaîne a participé à la restauration pour diffusion sur son antenne de programmes oubliés ou inédits : *Les Archives du XX^e siècle*, un fonds d'entretiens enregistrés dans les années 60 et 70 avec de grandes personnalités du monde de la pensée, notamment Roman Jakobson, Claude Lévi-Strauss, André Masson, Henry de Montherlant, Paul Morand et Francis Ponge.

Elle a proposé tous les matins *histoire mémo*, un programme à dimension éducative avec une signalétique indiquant le niveau scolaire des émissions, des conseils et des informations pratiques destinés tant aux élèves qu'aux parents d'élèves et aux enseignants.

Elle a mis en place une opération de révision du programme d'histoire du baccalauréat en vingt leçons : *Cap bac*.

A partir du 2 septembre, une nouvelle grille a été proposée avec une soirée consacrée aux biographies, des matins éducatifs renforcés avec *Université ouverte* les samedis et dimanches matin (programmation de colloques), l'ouverture d'*histoire-club* avec du téléachat sur les voyages.

A l'automne (du 29 octobre au 3 décembre), la chaîne a proposé la diffusion exceptionnelle de l'enregistrement du procès Barbie à l'antenne et sur son site Internet, à la suite d'une longue procédure engagée en septembre 1999 afin d'en obtenir l'autorisation. Elle a programmé 70 heures du procès dans 37 émissions de 2 heures et deux soirées de plateau

de 2 heures animées par Anne Sinclair. La presse s'est fait largement l'écho de cette diffusion par laquelle *histoire* a pleinement rempli son rôle de chaîne thématique historique.

Comme les années précédentes, elle a diffusé des films de qualité sélectionnés et présentés par Patrick Brion, le programmateur cinéma de France 3.

Sur le bouquet d'ABSat, **La Chaîne Histoire** a dévolu son antenne à une programmation de documentaires historiques variés avec des *Semaines spéciales* et des *Soirées spéciales*.

En octobre, une semaine a été consacrée aux présidentielles américaines avec des émissions biographiques sur chaque président, en novembre ce sont des documentaires sur Charles de Gaulle qui ont été diffusés pendant une semaine, des soirées ont été consacrées à Nelson Mandela et au procès de Nuremberg.

Arnaud Poivre d'Arvor, présentateur de la chaîne, a reçu des personnages de la vie politique actuelle pour parler de la vie et de l'œuvre de leurs aînés.

LES CHAÎNES CONSACRÉES A LA MUSIQUE

Fun TV s'adresse à un public jeune (les 15/25 ans) à qui sont proposés chaque jour, 24h/24, une programmation musicale inspirée de l'univers FM, des magazines interactifs (*Fun Zone*, *What's Fun ?*, *Fun Player*, *Backstage*) et des vidéomusiques.

A partir de juillet, Fun TV a mis en place le matin en semaine de 7h à 9h une programmation commune avec M6. *Morning live*, coproduit par M6 et Fun TV, est diffusé simultanément et en direct sur les deux chaînes, et se compose de bulletins d'information, de chroniques, de gags et de jeux interactifs.

M6 Music propose 24h/24 une programmation musicale à destination des 15/35 ans, en alternant des vidéomusiques et de nombreux magazines hebdomadaires : *Thema Zic*, *Canapé rouge*, *Cent pour cent*... La grille de septembre a été légèrement modifiée avec la mise en place d'une nouvelle formule du magazine *Flash* qui dure désormais 1 heure et qui propose chaque jour à 18h une heure de direct autour d'un artiste invité. M6 Music a programmé de nombreux concerts (Madonna, le Festival des vieilles charrues, Natacha Atlas...) et de nombreuses soirées ou journées spéciales organisées autour d'un artiste (Bjork, Serge Gainsbourg, Jean-Michel Jarre...) ou d'un thème (la nuit Gore, la Saint-Valentin). La programmation musicale de M6 Music s'adresse toujours à des publics divers et propose donc une assez grande variété de musiques actuelles (soul, world, variétés françaises, rap, hard rock, musiques latino-américaines, tubes des années 70 et 80, etc.).

MCM, chaîne musicale des 15/34 ans, programme des vidéomusiques et des événements musicaux mais aussi des sports de glisse, des séries, des émissions consacrées à Internet et des films.

MCM on line a fêté son premier anniversaire et s'est imposé comme le premier portail français thématique de référence pour la génération 15/34 ans, avec une audience de plus d'un million de pages vues et plus de 250 000 visites mensuelles. Les *Chats* permettent aux internautes d'échanger et de débattre en direct ; les *Chats artistes* permettent des discussions avec les artistes en direct du studio du MCM Café.

Comme tous les ans, l'antenne a proposé des journées spéciales avec des invités comme Sting, Akhénaton ou Mylène Farmer.

En juin, MCM a lancé sur CanalSatellite un service interactif exclusif, Infoclip MCM. Par simple clic sur la télécommande, le téléspectateur peut accéder aux références des vidéomusiques diffusées sur MCM.

La chaîne s'est associée au festival des Eurockéennes 2000 qui s'est déroulé à Belfort du 7 au 9 juillet.

Avec la grille d'été, une nouvelle série, *Robin*, est arrivée. Il s'agit de trente programmes courts d'animation, d'origine suédoise, qui racontent les aventures de deux adolescents. Avec la grille de septembre, *Cliplin*, une nouvelle émission quotidienne de 26 minutes est diffusée en direct depuis le MCM Café : les téléspectateurs sont invités à poser des questions ou à donner leur point de vue sur le Net, le Minitel ou par téléphone. Deux animateurs, Marjorie et Mohamed, répondent en direct. Et toujours le *JDM* de 26 minutes sur l'actualité de la musique préparé par douze personnes, le *Hit*, l'*Intégrale*, le *Mag*, *Total*, les concerts MCM Café, les tremplins MCM Session qui offrent à de jeunes artistes la possibilité de faire valoir leur talent devant le public du MCM Café.

MCM a diffusé des séries inédites *The Rarkers*, *Jack & Jill*, *Drop the beat*, en exclusivité *Hartley cœurs à vif* ; des programmes courts le *JDLM*, *Les Lascars*, dessin animé « hip-hop ».

Elle a continué à programmer quatre films par mois, diffusés en général quatre fois sur quatre semaines.

Mezzo a proposé des programmes de qualité comportant de nombreux inédits donnant à la chaîne son identité de chaîne musicale classique haut de gamme.

En janvier, elle a programmé au moins une œuvre de Bach chaque jour pour commémorer le 250^e anniversaire de la mort du compositeur. Le 11 mars, en direct de l'Opéra Bastille, elle a retransmis la fresque lyrique de Prokofiev, *La Guerre et la Paix*, livret de Myra Mendelson, en deux parties et treize tableaux, jouée pour la première fois en France dans un opéra.

En été, quatre émissions quotidiennes d'actualité sont apparues à l'antenne : *Entrée des artistes* (52 min), diffusée en direct du festival d'Avignon avec les créateurs et les interprètes de spectacles ; *2 en terrasse* (13 min), une rencontre avec une personnalité de la culture, des arts, de la politique ou des affaires qui raconte la passion qui la conduit dans les festivals de l'été ; *L'Été des festivals* (13 min), magazine consacré à l'actualité des festivals ; *Mezzo l'info*, qui passe de 13 minutes à 26 minutes pendant le mois de juillet, rend compte de l'actualité des festivals.

Mezzo a conclu un accord avec le théâtre du Châtelet en vue de diffuser à partir de novembre et tout au long de la saison les spectacles de cette salle.

Muzzik propose chaque année de nombreux d'inédits de qualité.

Pour le 250^e anniversaire de la mort de Jean-Sébastien Bach, Muzzik a consacré une soirée au musicien avec un film d'une heure de Larry Weinstein.

A partir de septembre, Muzzik a proposé une œuvre par mois qui peut être un film de cinéma, un documentaire, un film de télévision.

Elle programme aussi des émissions thématiques : *Les Plus Grands Airs*, présentée par Alex Taylor qui emmène les téléspectateurs à la découverte des airs qui ont fait l'histoire de la musique ; *La Planète à Manu*, animée par Manu Dibango et Alex LiMandri qui cherchent à lier la musique avec la vie ; *Les Récitals à l'auditorium du Louvre*, avec des interprètes de

renommée mondiale ; *Les Jeunes Interprètes*, portraits de jeunes musiciens à la recherche de la confirmation de leur talent ; le *Festival de Radio France et de Montpellier*, les révélations classiques de l'année ; *Sur la route*, une série de documentaires musicaux sur le jazz ; *Passeport pour ... la danse*, *Night Clubbin* rendez-vous incontournable du jazz et des musiques du monde.

Le magazine d'actualité, *Muzzik'et vous*, est le rendez-vous culturel de la chaîne dans lequel les animateurs reçoivent une personnalité qui parle de sa passion pour un genre de musique. *Le Journal de Muzzik* et *L'Agenda* viennent utilement le compléter.

La fusion de Mezzo et de Muzzik au début de l'année 2001 doit donner jour à une nouvelle chaîne musicale, Mezzo, dont la grille élargie proposera plus de jazz et de musiques du monde.

Musique Classique, la chaîne de musique classique du bouquet ABSat a proposé, de nombreuses retransmissions de concerts, des soirées spéciales consacrées à des musiciens comme Bach et Mozart.

RFM la Télé a offert, comme les années précédentes, environ 19 heures d'une programmation musicale composée de vidéomusiques, de concerts de classiques du rock et de la variété des années 60 à 80 et de quelques magazines (*Agenda*, *Déjeuners de stars*).

La chaîne **'ZIK**, qui avait interrompu ses émissions le 17 septembre 1998, a repris sa diffusion le 8 novembre 2000. Elle a proposé de 7h à 22h 30 des vidéomusiques de variétés des années 60 à nos jours, retrouvant ainsi sa programmation antérieure.

Zouk Télévision s'est spécialisée dans la musique de la Martinique, de la Guadeloupe et de la Réunion. A la musique créole et aux variétés françaises, largement majoritaires et présentées sous forme de vidéomusiques, s'ajoutent des programmes consacrés aux musiques caraïbéenne et internationale, des extraits de concerts et des annonces vidéographiques. La chaîne propose par ailleurs, à la mi-journée, un journal à caractère local en créole, et le soir, l'émission en plateau *Libre Antenne*, alternance d'interventions des invités et de téléspectateurs, par téléphone, ainsi que de pages musicales.

Plusieurs magazines diffusés à partir de la fin de l'année donnent des conseils pratiques sur la vie quotidienne, notamment sur la santé et sur l'éducation des enfants.

Conventionnée fin 1999, Zouk Télévision a été distribuée à partir de juillet 2000 sur le réseau câblé de la Martinique, qui ne dessert qu'un tiers des communes du département. Elle souhaite pouvoir étendre son bassin d'audience en posant sa candidature à l'attribution d'une fréquence de diffusion par voie hertzienne.

LA CHAÎNE CONSACRÉE A LA MODE

Fashion TV a proposé 24 heures sur 24 une programmation exclusivement composée d'extraits de défilés de modes féminine et masculine sur fond musical, avec quelques informations en infographie.

LES CHAÎNES CONFESIONNELLES OU COMMUNAUTAIRES

La première chaîne catholique française **KTO**, présidée par Mgr Di Falco, a commencé à émettre fin 1999. En 2000, elle a proposé des documentaires, des films, des célébrations religieuses et des débats en direct.

TFJ, Télévision Française Juive, présente sur le câble depuis septembre 1999, a proposé ses programmes de midi à minuit jusqu'en septembre 2000. Depuis cette date, TFJ diffuse 24h sur 24.

LES CHAÎNES CONSACRÉES À LA VIE ET AUX CULTURES RÉGIONALES

La programmation de **Régions** est composée pour l'essentiel de magazines et de documentaires issus des antennes régionales de France 3 que le réseau numérique Spider met à sa disposition. Pour plus de lisibilité, ils sont regroupés par sujets donnant lieu à une structure de la grille hebdomadaire autour de plusieurs thématiques : *nature, portraits, mémoire, maison, sans frontières, ballades*.

Au cours de l'année, la chaîne a poursuivi le développement d'une production propre (plus de 2 heures par jour sur 18 heures de programmes) axée sur l'information, les services, la découverte et l'interactivité : des journaux quotidiens complétant des bulletins d'information (*Le Journal des journaux, Le Journal de l'outremer* et le magazine thématique de la rédaction, *Les Collections*) ; *7 en France*, émission d'une heure qui, à partir du mois d'octobre, est réalisée chaque jour en direct d'un lieu différent grâce à l'utilisation d'un véhicule équipé pour la transmission des signaux par satellite ; un nouveau magazine bimensuel de 26 minutes, *Télévisio*, au cours duquel des particuliers équipés de visiophones interrogent une personnalité de renom présente sur le plateau ; *Le Club des visionnaires* qui s'est enrichi, en octobre, d'un agenda des événements régionaux .

Soucieuse de renforcer son identité grâce à une politique de production propre, Régions a annoncé à la fin de l'année des remaniements dans sa grille de programme et la création de nouvelles émissions.

La grille mise en place en juin par **RFO Sat** propose désormais 7 heures de programmes au lieu de 5 heures 30 en 1999. Les thématiques s'articulent toujours autour de l'information, la découverte, la musique et le sport. Composée majoritairement d'émissions provenant des stations de RFO, elle s'enrichit cependant de programmes issus des télévisions mitoyennes de chacune des régions où les stations de RFO sont implantées.

La grille propose ainsi, du lundi au vendredi, une tranche horaire par bassin : océan Indien (19h-21h) qui intègre dorénavant les journaux de l'île Maurice et de Madagascar, océan Atlantique (21h-0h) dont les contributions proviennent essentiellement de Haïti et océan Pacifique (0h-2h).

Par ailleurs, RFO Sat a lancé au cours de l'année plusieurs opérations destinées à développer des échanges de programmes avec les « télévisions du Sud ». La chaîne a ainsi dédié, en février, une journée spéciale à l'île Maurice et, en collaboration avec les télévisions africaines, des nuits thématiques consacrées, en mai, au Burkina Faso puis, en novembre, au Mali.

Ces initiatives préfigurent les quatre chaînes régionalisées par satellite que RFO veut à terme créer dans chaque bassin où elle diffuse.

L'année 2000 s'est enrichie d'une nouvelle chaîne à thématique régionale : **TV Breizh**, lancée le 1^{er} septembre.

Cette mini-généraliste conçue autour de la Bretagne, des pays celtiques et de la mer, diffuse 17 heures par jour (de 7h30 à 0h30) dont 5 heures de programmes frais de 17h30 à 22h30. Accessible *via* le câble (Noos, NC Numéricâble...) et le satellite (TPS et CanalSatellite), elle touche entre 2,5 et 3 millions de foyers à travers la France.

Son tour de table (Artemis, TF1, Crédit agricole de Bretagne, News International PLC, Médiaset Investment...), explique qu'elle soit dotée d'un budget annuel de 80 MF.

Télévision régionale bilingue à vocation nationale, elle trouve dans la technologie numérique un allié qui lui permet de diffuser une partie de ses programmes simultanément en version française et en version bretonne. Le téléspectateur n'a plus qu'à opter pour le canal de son choix. Le jeune public se trouve être le premier destinataire de cette initiative avec deux heures quotidiennes de dessins animés doublés en breton (*Les Aventures de Tristan et Iseult, Orson et Olivia...*). Par ailleurs, la programmation laisse place aux invités parlant le breton. Leurs propos sont alors sous-titrés en français.

TV Breizh a proposé tous les genres de programmes : du cinéma avec des grands classiques et des films récents, suivis de courts métrages (toujours en relation avec la Bretagne) ; des séries et fictions (venant souvent des pays celtiques) ; de la musique (folk, traditionnelle, rock celtique...) ; des documentaires et de l'information (sportive : *Sport Breizh* ; musicale : *Lorient Express* ; culturelle : *Le Livre* ; sociétale : *Arvor* et *Argoad* ; politique et économique : *Le Débat* et *L'Entretien...*).

TV Breizh s'est également engagée dans la coproduction : cinématographique avec des courts métrages ; audiovisuelle avec des séries d'animation (*Jeux de mots*, série de 100 x 1 minute qui fait cohabiter l'apprentissage d'un mot en breton et une histoire drôle ; *Meldu*, la petite salamandre, mascotte de la chaîne, en 3D dans 30 sketches de 20 secondes et une vidéomusique de 45 secondes pour l'habillage des programmes jeunesse de la chaîne).

LA CHAÎNE CONSACRÉE AU BIEN-ÊTRE ET A LA SANTÉ

La chaîne **Santé Vie** a trouvé place sur CanalSatellite début avril. La signature d'une convention avec le Conseil, le 31 mai, a permis sa reprise sur les réseaux câblés à partir de fin août.

Santé Vie se caractérise par la diffusion de deux programmes distincts. L'un, diffusé en clair et destiné à l'ensemble des téléspectateurs, est programmé chaque jour de 9h à 23h et le second, crypté et réservé aux professionnels de la santé, est proposé au cours de la nuit. Pour accéder au programme qui leur est destiné, les professionnels de la santé doivent justifier de leur qualité auprès de l'opérateur commercial.

Les thèmes abordés sont la santé, le bien-être et le mieux-vivre. Compte tenu du caractère particulier du service, la convention précise (en plus des règles générales définies pour l'ensemble des services distribués par câble) des dispositions apportant des garanties sur les programmes ayant trait à la santé publique, qui doivent exclusivement avoir un but scientifique, informatif ou éducatif. Un comité d'éthique, dont la composition est communiquée au Conseil, est chargé notamment de veiller au respect de l'honnêteté et de la rigueur de l'information sur des questions souvent sensibles. La société veille à prendre les précautions qui doivent accompagner l'information relative à de nouveaux traitements médicaux, s'assure de la compétence des intervenants et, le cas échéant, de la protection

de l'identité des malades présents à l'antenne. Sont également précisées les restrictions portant sur la nature et les conditions de diffusion des messages publicitaires, des parrainages et d'éventuelles émissions de téléachat.

Ces dispositions contribuent à faire prévaloir le respect des règles déontologiques et éthiques dans les programmes ainsi que le principe d'indépendance de la ligne éditoriale de la société vis-à-vis d'acteurs ayant des intérêts dans l'industrie médicale ou pharmaceutique.

L'offre destinée à l'ensemble du public comprend de nombreux magazines d'information et de conseils pratiques correspondant aux missions définies pour ce service, présentés par des animateurs dont la compétence dans le domaine est reconnue : *Bonjour docteur*, *Santé publique*, *Questions de psy*, *Diététique*, etc.

Des séries à caractère documentaire, des œuvres de fiction audiovisuelle et cinématographique complètent l'offre. Un film est diffusé à trois reprises chaque semaine accompagné d'un débat dans le cadre de *Cinéscopie*.

LES CHAÎNES CONSACRÉES AU SPORT

L'offre des programmes sportifs accessibles sur le câble et qui le sont également sur le satellite est restée stable. Les chaînes relevant de ce genre de programmes se maintiennent, continuant pour la plupart de voir progresser leur part d'audience et leurs recettes d'abonnement et de publicité. Elles constituent une palette de services correspondant à des offres ciblées en fonction de publics potentiels et du marché des programmes.

Il s'agit d'abord des chaînes dédiées majoritairement à des retransmissions de compétitions : **Eurosport France** et **Pathé Sport** ; de celle spécialisée dans le registre des sports mécaniques, qui offre de nombreux magazines et des reportages en différé sur les compétitions : **AB Moteurs** ; des chaînes d'information sportive en continu : **L'Équipe TV** et **Infosport**, qui parviennent à offrir un service sur un créneau, celui des résultats sportifs, également investi par des concurrents qui les ont précédées et suivies, qu'il s'agisse des journaux ou des nouveaux sites spécialisés proposés sur Internet ; une chaîne composée exclusivement depuis son lancement en 1996 de la reprise des émissions d'une chaîne américaine consacrée au fitness et à la forme, **Fit TV**, dont la diffusion a été réduite à deux heures par jour, sur le canal de La Chaîne Histoire.

Enfin, sont nés au sein des bouquets proposés depuis quelques années, dans le cadre de l'arrivée du numérique, les programmes sportifs accessibles sur **Canal+ Vert** ou en paiement à la séance sur **Kiosque** et **Multivision**. En l'an 2000, à la suite des nouveaux contrats signés l'année précédente avec la Ligue nationale de football, leurs offres se sont rapprochées. A chaque journée du championnat de France de 1^{ère} division, elles proposent en effet six matchs communs, ainsi que respectivement deux et une retransmission exclusive de rencontre en direct.

Antérieurement, la chaîne **Equidia**, ex **France-Courses**, pouvait être citée dans la catégorie des chaînes sportives, les retransmissions des courses hippiques qu'elle proposait majoritairement se situant à la limite de cette définition. Mais elle a opéré depuis la fin 1999, une importante transformation, devenant une chaîne du cheval, promu sous toutes ses formes : information, documentaire, magazine et fiction.

Dans de précédents rapports, le Conseil avait déjà relevé la situation fréquente de dualité qui caractérise les offres de programmes sportifs, l'existence de deux programmes voisins et concurrents semblant constituer la norme.

C'est ainsi que **Motors** est né sur le satellite en l'an 2000, sur une thématique très proche de celle d'AB Moteurs, chaîne issue de l'offre satellitaire d'AB.

Les sociétés TF1 et Canal+ sont les opérateurs majoritaires et concurrents, à l'initiative des autres chaînes qui forment l'offre sportive : Infosport avait répondu à L'Équipe TV, Multivision à Kiosque, tandis que les deux groupes avaient fusionné en 1993, pour assurer la pérennité d'Eurosport, se répartissant les directions de la chaîne européenne et de sa version francophone. La transformation de Canal+ au sein du groupe Vivendi Universal à la fin de l'an 2000 aboutit aujourd'hui, en application d'une clause de l'accord entre les deux groupes, à une reprise des actions de Canal+ par le groupe TF1 au sein d'Eurosport. L'équilibre entre les deux opérateurs dominant l'offre des chaînes sportives pourrait dès lors s'en trouver modifié.

LES CHAÎNES CONSACRÉES AU TOURISME ET AUX LOISIRS

La chaîne **Télévision et Loisir**, lancée en juillet 1999 à la Guadeloupe, est destinée aux touristes auxquels elle donne des informations sur les sites à visiter, la culture guadeloupéenne, les personnalités de l'île, les artisans, la météo...

Le Conseil a insisté, lors du conventionnement de la chaîne, sur le fait que les émissions ne devaient pas faire la promotion de marchandises ou de services.

La chaîne diffuse également une émission d'information sur l'actualité cinématographique, *Allons au cinéma*, qui fait le point de l'offre en salle en présentant les films à l'affiche avec l'indication des salles où ils sont projetés et les horaires.

Voyage continue de proposer une programmation de qualité dans le secteur du tourisme et des loisirs avec de nombreuses productions (400 heures annuelles, soit 40% du budget) et coproductions (100 heures annuelles) qui font l'identité de la chaîne.

Elle a diffusé *Euro puzzle*, nouveau magazine de 26 minutes conçu et présenté par Alex Taylor qui enquête dans les grandes villes européennes : Bruxelles, Amsterdam, Paris, Berlin, Barcelone... ; des exclusivités comme *Terres de légendes*, *Les Trains*, *Les Routes mythiques Transasia* ; des inédits comme *Hôtels de légende pour décor de rêve*, *Eco Challenge* grand raid international organisé par la chaîne américaine Discovery.

Et toujours les émissions : *Circum*, *Vues du ciel*, *Lonely Planet*, *Voyage pratique*, *Echappades*, *Voyage gourmand*... Pendant l'été : *Jangal* sur les richesses naturelles de la planète, *Les Palaces*, *Les Mondes perdus*.

Elle a suivi et donné des informations sur le 42^e congrès du Syndicat national des agences de voyages.

A partir du 4 septembre, la chaîne a changé de logo et d'habillage. La grille a été modifiée pour une diffusion 24 heures sur 24.

L'Heure de partir s'est arrêtée et a été remplacée par *Détours du monde* rendez-vous quotidien de 26 minutes à 18h, conçu comme un forum interactif où se rencontrent toutes les visions du voyage.

Des émissions spéciales sont dorénavant proposées dans le cadre d'un magazine mensuel de la rédaction présenté par Sylvain Augier.

UNE CHAÎNE CONSACRÉE A LA VIE UNIVERSITAIRE

L'association Nanterre Télévision, titulaire d'une convention conclue le 21 juillet édite le programme **NTV-Nanterre Télévision** destiné à une distribution limitée au réseau câblé interne de l'université de Paris X. La diffusion quotidienne, limitée dans un premier temps à une heure par jour, se compose de reportages traitant de l'actualité de la vie étudiante, d'émissions présentant les créations de jeunes groupes musicaux et de points de vue sur les avant-premières de spectacles ou de sorties de films. Conseils pratiques et informations sur le campus de Nanterre sont traités sous forme de micro-trottoirs dans *Parlons-en* et de séquences tournées en direct sur le campus.

LES CHAÎNES DE SERVICES

Demain !, la chaîne de l'emploi et de la formation, a maintenu son offre de programmes d'information et de conseils pratiques portant notamment sur les expériences locales de création d'activités, les dispositifs de formation en France et en Europe, ainsi que la présentation de nombreuses annonces de recherche et d'offre d'emplois.

Grâce aux partenariats négociés depuis son lancement avec les régions Poitou-Charentes, Provence-Alpes-Côte-d'Azur et Aquitaine, la chaîne a poursuivi sa production de programmes, enrichi ses banques de données et développé ses sites locaux de consultation directe par le public.

Comme les années précédentes, **La Chaîne Météo** a consacré la quasi-totalité de sa programmation aux informations météorologiques régionales, nationales et internationales régulièrement actualisées, et aux incidences du climat sur la vie pratique dans le cadre de rubriques thématiques sur la circulation routière, l'environnement, le jardinage ou encore la consommation alimentaire.

LES CHAÎNES DE TÉLÉCHAT

Deux chaînes de téléachat : **Club Téléachat** et **Shopping Avenue** diffusent 24h/24.

Club Téléachat propose une programmation composée de modules multidiffusés de téléachat thématiques (*Boutique forme et beauté, Boutique du monde, Boutique Cordon bleu, Spécial Bijoux, Boutique bricolage/jardinage...*). La grille de septembre s'est enrichie d'une émission hebdomadaire d'une heure consacrée aux produits numériques.

La grille de **Shopping Avenue** s'organise également autour de modules thématiques de téléachat multidiffusés : *À table, Bien vivre, À vous de le faire, La Maison, Bricolomania, Technologies, Luxe et Beauté, Palmarès...*

LES CHAÎNES CONSACRÉES AU CINÉMA

Les chaînes d'ABSat

Comme l'année précédente, ABSat n'a pas investi un budget important dans les programmes de ses chaînes cinéma, **Action, Ciné-Palace, Polar, Rire, Romance**. Elles ont donc programmé des films déjà largement diffusés.

Pour **XXL**, les responsables d'ABSat avaient négocié en 1996 une convention de type *chaîne cinéma* dont le décret du 1^{er} septembre 1992 modifié exige que l'objet principal soit la programmation d'œuvres cinématographiques. Or, elle a diffusé plus d'œuvres audiovisuelles que d'œuvres cinématographiques et, bien que les chiffres fournis ne puissent être considérés comme parfaitement fiables, ils montrent qu'avec les seules œuvres cinématographiques, la chaîne dépasse son autorisation de diffuser 104 œuvres de catégorie 5 en 2000, comme elle l'avait déjà fait les années précédentes.

Aussi le Conseil devrait-il modifier la convention de XXL, sachant que l'élément essentiel est la diffusion avec un code parental et la nuit seulement.

Les chaînes de Multithématiques

La programmation des trois services **Ciné Cinémas 1, Ciné Cinémas 2 et Ciné Cinémas 3** se compose comme les années précédentes d'œuvres cinématographiques, de quelques œuvres audiovisuelles, de documentaires et de magazines consacrés au cinéma.

Chaque service diffuse le même programme qui est agencé différemment selon les chaînes, Ciné Cinémas 3 privilégiant les films en version originale, tandis que Ciné Cinémas 2 propose les œuvres en version française. De plus, les trois chaînes proposent après minuit des téléfilms érotiques ou strictement réservés au public adulte.

Plusieurs cycles consacrés à la filmographie d'auteurs, tel Bertrand Tavernier, ont été programmés en 2000.

Ciné-Cinémas propose trois magazines spécialisés dans la promotion du cinéma : *Hollywood 26*, consacré à l'actualité cinématographique américaine, *Le Bazar*, qui présente les sorties en salle et en vidéo et *Les Entretiens du Bazar*.

Le magazine *Ciné Cinécourts* programme chaque mois des courts métrages qui, à la fin de l'année, sont présentés en compétition devant un double jury composé de personnalités du cinéma et d'abonnés de la chaîne.

Ciné Classics permet de découvrir des œuvres du répertoire cinématographique ancien, en noir et blanc, d'origine américaine ou européenne. La chaîne a programmé plusieurs cycles consacrés à des auteurs comme Orson Welles ou Ernst Lubitch. De plus, elle diffuse régulièrement un magazine sur le patrimoine cinématographique, *Le Club*, des documentaires sur des réalisateurs ou acteurs, des courts métrages et quelques séries télévisées anciennes (*Vidocq*).

Les chaînes de TPS

Le bouquet de **TPS Cinéma**, composé à l'origine des deux chaînes de cinéma récent, **Cinéstar 1** et **Cinéstar 2**, et de la chaîne **Cinétoile** dédiée aux classiques du cinéma, s'est enrichi à la fin de l'année 1999 de **Cinéfaz**.

Les programmations des premières n'ont pas connu de modifications importantes, hormis de nouvelles formules de magazines produits par la société : *Films...* sur Cinétoile, *Mon Cinéma* et *Guest Star* sur Cinéstar qui se sont ajoutés à la diffusion des films, à l'actualité des sorties en salle, aux séries et téléfilms, aux émissions consacrées aux courts métrages et aux documentaires.

Sur Cinéfaz, l'offre de films récents est organisée en cycles thématiques mensuels et hebdomadaires, en soirées et en nuits spéciales : (mensuel) *Boston, Al Pacino, Cinénaze, Natural born flingueurs, Films de guerre...* ; (hebdomadaires) *Cinéma indépendant, Black Power, Cinéfasie, Paul Verhoeven* ; (soirées et nuits) *Italie, Spike Lee, Seventies, Tandoori, Robocop...* Cette spécialisation de la programmation s'adresse particulièrement aux cinéphiles et peut générer en fonction du thème traité un regroupement de films et d'œuvres audiovisuelles ne pouvant convenir à tous les publics. Des téléfilms, des séries du catalogue MGM et une production de la chaîne *Faz Night* complètent l'offre.

LES CHAÎNES DE PAIEMENT À LA SÉANCE

L'offre en paiement à la séance est présente sur TPS avec **Multivision** et sur CanalSatellite avec **Kiosque**. Ces deux services sont repris par les réseaux câblés.

Comme les années précédentes, **Multivision** a proposé sur 7 canaux une programmation composée essentiellement de films, pour la plupart d'origine américaine, de téléfilms, d'œuvres érotiques et strictement réservées aux adultes, de retransmissions sportives (football, golf, rugby, sports de combat) et de pièces de théâtre.

La programmation offerte par **Kiosque** sur 10 canaux, sensiblement identique, offre peu de modifications par rapport à l'exercice précédent. Elle se compose de films, majoritairement d'origine européenne, de téléfilms, de programmes érotiques et strictement réservés aux adultes (avec l'arrivée en novembre de programmes issus de la chaîne Playboy), de sport (championnat de France D1 de football, formule 1, boxe) et de quelques retransmissions de concerts.

LES SERVICES LOCAUX

Le Conseil a établi un état des lieux des services locaux en fonctionnement au 30 avril. A cette date, il avait conventionné 78 canaux locaux. Après un certain ralentissement, voire une diminution de leur nombre entre 1992 et 1994, le rythme de création a été relativement régulier avec une accélération notable au cours de la période récente.

Quatre entités juridiques différentes sont à même d'assumer la responsabilité éditoriale d'un canal local et, à ce titre, sont signataires d'une convention avec le CSA. Parmi les canaux considérés, la répartition est la suivante :

- des associations dans 28 cas, soit 36% ;
- des villes dans 23 cas, soit 29% ;
- des sociétés dans 17 cas, dont 9 société d'économie mixte, soit 22% ;
- des régions municipales dans 10 cas, soit 13%.

L'analyse de leur implantation géographique indique que les régions Alsace et Lorraine sont, de loin, celles qui en regroupent le plus grand nombre, avec respectivement seize (20,5%) et dix-sept (21,8%). Ceux-ci sont particulièrement nombreux dans les départements de la Moselle (11) et du Bas-Rhin (9).

La présence d'un service local est largement indépendante de la taille de la ville. Ainsi :

- 16 services (20%) sont implantés dans des communes de moins de 5000 habitants ;
- 29 services (37%) dans des petites villes de 9000 à 30 000 habitants ;
- 13 services (17%) dans des villes moyennes de 30 000 à 100 000 habitants ;
- 20 services (26%) dans des grandes agglomérations urbaines de plus de 100 000 habitants.

On observe cependant que la majorité d'entre eux (57%) est située dans des communes de moins de 30 000 habitants et que plus d'un quart est implanté dans des villes ou des agglomérations urbaines de plus de 100 000 habitants.

La taille des réseaux qui les distribuent varie entre quelques centaines et plus de 400 000 prises raccordables. Sur 75 services : 32 sont distribués sur des petits réseaux avec moins de 5000 prises raccordables ; 24 sur des réseaux moyens desservant entre 5000 et 50 000 prises raccordables ; 19 sur des grands réseaux avec plus de 50 000 prises raccordables.

Cette répartition permet de conclure à une prédominance des services locaux sur les moyens et petits réseaux. Plus des deux tiers des sites qui disposent d'un canal local affichent des taux de pénétration supérieurs à celui de la moyenne nationale qui, au 31 mars 2000, s'élève à 35,7% : trois sites ont un taux de pénétration de 100%, quinze entre 99% et 70%, treize entre 40% et 60% et vingt-sept moins de 39%.

Bien qu'il existe une corrélation entre la taille du site et le taux d'abonnement (la commercialisation étant bien meilleure sur les moyens et petits réseaux que sur les grands), on peut penser que la présence d'un canal local est un élément favorable à la commercialisation des abonnements.

Le concept de télévision locale par câble recouvre des réalités très diverses. Certes, les émissions d'information sont un dénominateur commun et le recours à la multidiffusion des programmes ainsi qu'à la vidéographie est généralisé. Néanmoins, chaque antenne a son rythme propre, qu'il s'agisse de la stratégie de programmation, du contenu des émissions, du volume de production fraîche ou encore du professionnalisme de la réalisation.

Parmi les 78 services conventionnés, on observe une grande diversité de formats en termes d'horaires de programmation, de volume de production fraîche, de budget et de nombre de salariés.

Ainsi, la production fraîche peut aller de cinq à six minutes (Figeac et Pont-de-Claix) jusqu'à six ou sept heures par semaine (Épinal, Guadeloupe). Les services fonctionnent généralement avec un personnel réduit et pas toujours spécialisé. D'une analyse portant sur 73 d'entre eux, il ressort que 35 emploient entre 1 et 3 salariés, 15 entre 4 et 10 salariés, 10 ont plus de 10 salariés, 8 sont animés par des bénévoles et 5 sous-traitent la réalisation du programme.

Le budget total des programmes de proximité se monte à plus de 117 MF, soit une moyenne par service de 1,5 MF. Mais, la réalité est très contrastée et les budgets évoluent dans une fourchette allant de 15 000 F à 8,6 MF par an.

Les sommes déclarées ou les comptes d'exploitation présentés ne font pas toujours état des apports en nature des villes, ni des éléments pris en charge directement par les municipalités ou/et l'opérateur.

La part de recettes propres est assez faible, car le marché publicitaire local est peu développé et l'interdiction de la publicité en faveur du secteur de la distribution est pénalisante. Là où le bassin d'audience de la télévision locale attire les annonceurs, les recettes publicitaires et de parrainage représentent, dans le meilleur des cas, entre 20% et 25% du budget, comme pour Images Plus (Épinal) et TV Fil 78 (Saint-Quentin-en-Yvelines). En revanche, certains canaux locaux réalisent des recettes grâce à la prestation de services pour les télévisions hertziennes nationales ou d'autres commanditaires.

Au moins deux modèles économiques différents sont en vigueur : celui fondé exclusivement sur les subventions municipales et celui où les sources de financement sont davantage diversifiées avec cependant un apport public majoritaire.

S'agissant des formats adoptés, ils relèvent pour l'essentiel de trois grandes catégories.

Les services à « **petit format** » créés à l'initiative des municipalités. Essentiellement axés sur l'information de proximité, ils représentent 50% du total. Les trois quarts d'entre eux disposent d'un budget inférieur à 300 000 F par an et sont implantés dans de petites communes. Le taux d'abonnement au réseau qui les distribue dépasse les 60%.

Les « **canaux de proximité** » qui offrent une grille de programmes davantage diversifiée, avec des émissions réalisées par des tiers ou produites en interne, à raison d'une à deux heures de production fraîche par semaine. Ils représentent plus du tiers des services, avec cependant des budgets extrêmement variables qui oscillent entre 300 000 F et 4 MF.

Les « **télévisions de ville** » qui réalisent entre deux et sept heures de production fraîche par semaine, avec des budgets supérieurs à 4MF, voire à 8MF. Généralement, elles font appel à un partenariat local plus large et à des équipes constituées de professionnels.

Pluralisme de l'information

Aucune saisine n'a été adressée au Conseil en 2000.

Les chaînes d'information sur le câble (**i>télévision** et **LCI**) adressent au Conseil des relevés des temps d'intervention des personnalités politiques.

S'agissant de i>télévision, sur l'ensemble de l'année hors la période précédant le référendum, le gouvernement recueille, toutes émissions confondues, 27,3% du temps de parole, la majorité parlementaire 32,6%, l'opposition parlementaire 36%, les partis non représentés au Parlement 4,1%. Ces chiffres recouvrent une situation différente selon que les interventions sont issues des journaux, des bulletins d'information ou des autres émissions de type magazine avec des invités en plateau. Dans les journaux, le gouvernement recueille 40,3% du temps de parole, la majorité parlementaire 31,4%, l'opposition parlementaire 24,1%, les partis non représentés au Parlement 4,2%. La répartition s'avère très différente dans les autres types d'émissions, excepté pour la majorité parlementaire et les partis non représentés au Parlement. En effet le gouvernement y recueille 6,9% du temps de parole, la majorité parlementaire 34,3%, l'opposition parlementaire 54,8%, les partis non représentés au Parlement 4%.

Pour la société LCI, sur l'ensemble de l'année hors la période précédant le référendum, le gouvernement recueille, toutes émissions confondues, 27,7% du temps de parole, la

majorité parlementaire 30%, l'opposition parlementaire 42,3%. Dans les journaux télévisés, le gouvernement recueille 33,6 % du temps de parole, la majorité parlementaire 23,7%, l'opposition parlementaire 42,7%. Dans les magazines, le gouvernement recueille 23,4% du temps de parole, la majorité parlementaire 34,5%, l'opposition parlementaire 42,1%. Ainsi, que ce soit dans les journaux télévisés ou les magazines d'information, l'opposition recueille un pourcentage de temps nettement plus élevé que ceux du gouvernement et de la majorité.

Eurosport France et **Paris Première** ont reçu des personnalités du monde politique, la première dans son émission hebdomadaire *Lundi soir*, la seconde dans *Les Grands Débats du gai savoir* et dans *Recto Verso*. A la demande du Conseil, elles ont communiqué la liste de personnalités reçues et leurs temps de d'intervention, qui n'appellent pas de remarque particulière.

Protection de l'enfance et de l'adolescence

Les discussions menées avec l'Association des chaînes du câble et du satellite (ACCeS) pour l'extension de la signalétique aux chaînes du câble ont permis d'arrêter en 1999 des conditions qui tiennent compte de la spécificité de chaque type de programmation. Si la plupart des chaînes doivent appliquer les règles déjà arrêtées pour les chaînes hertziennes, des conditions particulières sont définies pour les chaînes d'information, les chaînes sportives, les chaînes pour enfants, les chaînes familiales, les chaînes musicales, les chaînes cinéma et le paiement à la séance.

Le Conseil a demandé que la signalétique soit effective au 1^{er} janvier 2000.

A l'exception des chaînes du groupe AB (AB1, RFM TV, 'Zik, Chasse et Pêche), de TFJ et des services ne diffusant pas d'œuvres comme Club Téléachat, Fit TV, Fashion TV et Shopping Avenue, tous les services l'ont mise en œuvre en début d'année.

L'observation des programmes a conduit le Conseil à faire quelques remarques.

Festival voulait appliquer la signalétique des chaînes cryptées, ce que le Conseil ne pouvait accepter.

En mai, le Conseil lui a demandé de modifier la programmation d'un film interdit aux moins de 16 ans qui, compte tenu de sa multidiffusion, était programmé l'après-midi.

A deux reprises, en juin et en septembre, il a appelé l'attention de **LCI** sur les dispositions du décret du 23 février 1990, qui imposent que l'annonce publicitaire ou la bande-annonce d'un film dont le visa comporte une restriction aux mineurs soit accompagnée de la mention de cette restriction.

En 1999, il était intervenu auprès de **Paris Première** pour lui demander de reporter la diffusion de l'émission *Paris dernière* après 22h30 et de la faire précéder d'un avertissement de catégorie 3, compte tenu du caractère provocateur de certaines séquences susceptibles de heurter la sensibilité du jeune public. Début juin, la diffusion du *Best of Paris dernière* a fait l'objet de plaintes de téléspectateurs. Le regroupement au cours d'une seule émission de séquences à caractère érotique, présentant avec complaisance des comportements pervers et peu respectueux de la personne humaine, nécessitait au minimum une classification en catégorie 4, voire la suppression de certaines scènes. Le Conseil a donc de

nouveau été conduit à mettre la chaîne en garde, lui demandant de veiller au contenu et aux conditions de diffusion de ce programme.

En mai, le Conseil a signalé à **13^{ème} Rue** qu'un épisode d'une série *First Wave* n'aurait pas dû être diffusé un mercredi après-midi car il était très proche du cinéma d'horreur. La chaîne l'a reconnu et a amélioré la prise en compte de la signalétique et la protection du jeune public. Il lui avait été précédemment demandé de veiller à respecter la réglementation relative aux heures de diffusion des films interdits aux mineurs de 16 ans, après avoir constaté que le film *New York ne répond plus* avait été programmé à 20h45.

Les deux services de paiement à la séance, **Kiosque** et **Multivision**, ont appliqué la signalétique dans leurs bandes-annonces et leurs avant-programmes. Dans le cadre du renouvellement de leurs conventions, ils ont pris des engagements afin de la mettre en place dorénavant durant la diffusion de leurs programmes.

Respect de la langue française

Après avoir constaté que les programmes de **Fashion TV** étaient majoritairement diffusés en anglais, le Conseil supérieur de l'audiovisuel a écrit au président de la chaîne les 17 janvier, 29 mars et 10 juillet afin de lui rappeler la législation en vigueur. Le 19 décembre, le Conseil a mis Fashion TV en demeure de se conformer aux dispositions de l'article 20-1 de la loi du 30 septembre 1986 modifiée relative au respect de la langue française (cf. chapitre VII, « Les sanctions »).

Œuvres audiovisuelles

Les œuvres audiovisuelles sont présentes sur l'ensemble des chaînes à l'exception des chaînes consacrées à l'information, au sport et aux services. Sur les chaînes cinéma, on les trouve aux jours et heures où la réglementation ne permet pas de diffuser de films.

La convention conclue avec le Conseil fixe les quotas de diffusion d'œuvres européennes et d'expression originale française.

Le bilan des chaînes du câble pour l'année 1999 a montré que 13 chaînes qui avaient diffusé des œuvres audiovisuelles n'avaient pas respecté leurs engagements.

Toutefois, le Conseil n'attendait pas que les mises en demeure qu'il avait adressées le 5 novembre 1999 après l'examen des bilans 1998 puissent avoir un effet sur les résultats d'un exercice en cours presque terminé.

En revanche, la méconnaissance des quotas d'œuvres audiovisuelles d'origine européenne et/ou d'expression originale française en 1999 a conduit le Conseil à adresser des mises en demeure à AB1, Canal J, Canal Jimmy, 13^{ème} Rue, Action, Ciné Palace, Polar, Romance, Ciné Cinémas 1, 2 et 3, Cinéstar 1 et 2 (cf. chapitre VII, « Les sanctions »).

Œuvres cinématographiques

Le décret du 1^{er} septembre 1992 prévoit que les chaînes thématiques et généralistes doivent limiter à 192 les diffusions d'œuvres cinématographiques, auxquelles peuvent s'ajouter 52 diffusions de films d'art et d'essai en dehors des heures de grande écoute.

Les chaînes cinéma peuvent diffuser 416 films par an et les chaînes de paiement à la séance 500.

Les quotas d'œuvres cinématographiques sont fixés à 60% d'œuvres européennes et à 40% d'œuvres d'expression originale française. Ils doivent être réalisés, d'une part, sur le quantum des 192 diffusions annuelles autorisées, y compris aux heures de grande écoute et, d'autre part, sur les œuvres d'art et essai.

En 2000, comme les années précédentes, certaines chaînes n'ont pas usé de leur possibilité de diffusion d'œuvres cinématographiques. C'est le cas de Fun TV, M6 Music, RFM TV, de Fox Kids, Mangas et Série Club.

L'examen du bilan établi pour l'exercice 1999 a relevé de nombreuses infractions à la réglementation sur les quotas de diffusion. Comme pour les œuvres audiovisuelles, le Conseil n'attendait pas que les mises en demeure adressées le 5 novembre 1999, après l'examen des bilans 1998, puissent avoir un effet sur les résultats de l'exercice en cours.

La méconnaissance massive de leurs obligations l'a conduit à adresser des mises en demeure à AB1, Canal J, Canal Jimmy, Disney Channel, MCM, Téva, 13^{ème} Rue, Action, Ciné Cinémas 1, 2 et 3, Ciné Classics, Ciné Palace, Cinéstar 1 et 2, Cinétoile, Polar, Romance.

A l'encontre de Monte-Carlo TMC qui avait été mise en demeure le 23 juin 1999 de se conformer aux stipulations de l'article 19 de sa convention relatives à la diffusion des œuvres cinématographiques, il a été décidé d'engager une procédure de sanction. (cf. chapitre VII, « Les sanctions »).

Par ailleurs, début avril, l'analyse des avant-programmes des chaînes cinéma a permis de constater la programmation d'œuvres cinématographiques les jours fériés sans considération des horaires interdits. Le Conseil a donc rappelé aux diffuseurs que leur grille devait être modifiée pour respecter la réglementation.

Publicité et parrainage

Les contrôles effectués ont révélé que les obligations législatives et réglementaires sont bien respectées par les chaînes du câble.

Le comité « Pourquoi » ayant annoncé qu'une vingtaine de chaînes du câble diffuseraient le message qu'il avait réalisé pour alerter les pouvoirs publics et l'opinion des lacunes de la réglementation publicitaire en vigueur (cf. *supra*), le Conseil a adressé le 29 septembre une lettre à tous ces diffuseurs pour les informer du caractère illégal de ces éventuelles diffusions.

i>télévision ayant inséré dans les génériques de ses écrans publicitaires des mentions informatives (résultats de sondages notamment), le Conseil l'a informée que cette pratique contrevenait aux dispositions de l'article 14 du décret du 27 mars 1992 qui précise que les messages ou les séquences de messages doivent être identifiables comme tels et nettement séparés du programme.

Il a également fait savoir à **LCI** que l'annonce des chroniques (*Chronique éco*, *On en parle* et *La Chronique de l'économie*) réalisées en direct du journal *Les Échos* et clairement présentées comme des décrochages était de nature à constituer un manquement à l'article 13 de sa convention.

Les 11 et 12 décembre, la promotion d'une cassette vidéo a été effectuée par LCI, hors écran publicitaire. A l'occasion de la présence de la comédienne Chantal Lauby, sur le plateau, un message en faveur d'une cassette a été diffusé, qui comportait des propos directement incitatifs à l'achat. Le Conseil a fait savoir à la chaîne qu'il considérait qu'il s'agissait d'un cas susceptible de publicité clandestine (cf. *supra*, « La Publicité sur les télévisions nationales »).

Monte-Carlo TMC ayant interrompu les œuvres audiovisuelles et cinématographiques par de la publicité et des bandes-annonces, le Conseil lui a rappelé qu'il résulte de l'article 73 de la loi du 30 septembre 1986 modifiée :

- d'une part, que l'interruption publicitaire d'une œuvre audiovisuelle « *ne peut contenir que des messages publicitaires, à l'exclusion de tout autre document, donnée ou message de toute nature, notamment bande-annonce, bandes d'auto-promotion* »;
- d'autre part, que « *la diffusion d'une œuvre cinématographique... par les services de télévision dont le financement fait appel à une rémunération de la part des usagers ne peut faire l'objet d'aucune interruption publicitaire* » et qu'*a fortiori* elle ne peut être interrompue par des bandes-annonces.

Le Conseil a demandé, en conséquence, que les dispositions de la loi soient respectées sans délai dans les programmes de la chaîne.

Le visionnage de la journée du 21 décembre a révélé que les émissions de téléachat d'**histoire** avaient une durée inférieure à 6 minutes et qu'à la fin de l'une d'elles, la lecture d'un ouvrage était recommandée aux téléspectateurs.

Le Conseil a rappelé à la chaîne que l'article 14-2 du décret du 1^{er} septembre 1992 modifié prévoit que la durée de ces émissions « *ne peut être inférieure à dix minutes* ». Il a appelé, en outre, son attention sur le fait que l'évolution attendue de la réglementation relative au téléachat devrait intégrer prochainement dans le droit national les dispositions de l'article 18bis de la directive « Télévision sans frontières » qui impose une durée minimum de 15 minutes.

Par ailleurs, il lui a précisé que les dispositions réglementaires interdisent l'identification précise de la marque, du nom du fabricant ou du distributeur d'un objet ou d'un produit dans les émissions de téléachat, « *lorsque celui-ci est offert à la vente* », pour éviter que la présentation ainsi faite ne revête un caractère promotionnel en faveur d'un produit, contraire aux dispositions de l'article 9 du décret du 27 mars 1992 qui prohibe la publicité clandestine.

Si la présentation d'ouvrages susceptibles d'informer le téléspectateur est toutefois admise, il est demandé de lui donner un caractère pluraliste.

4 - Les radios

Secteur privé

ÉTHIQUE DES PROGRAMMES RADIOPHONIQUES

Le Conseil a constaté la diffusion de propos à caractère pornographique sur les antennes de Fun Radio et de Skyrock, notamment dans les émissions diffusées en soirée. Ce constat l'a conduit à adresser aux dirigeants de ces stations des courriers de mise en garde leur rappelant les obligations en la matière.

CHANSON FRANÇAISE

Le Conseil a vérifié le respect des engagements des opérateurs radiophoniques en matière de diffusion de chansons d'expression française.

Constatant la méconnaissance persistante de l'obligation de diffuser 40% de chansons d'expression française, le Conseil a adressé en avril une lettre de rappel à l'ordre à Ado FM, Top Music et Voltage.

A l'issue de sa séance plénière du 25 juillet, il a décidé de clore les procédures de sanction engagées à l'encontre de Contact FM, Top Music, Vibration et Vitamine (Cf. chapitre VII).

Depuis la loi du 1^{er} août 2000 (article 28, 2bis), les dispositions relatives à la diffusion de chansons francophones sur les antennes des stations de radio sont les suivantes :

« La proportion substantielle d'œuvres musicales d'expression française ou interprétées dans une langue régionale en usage en France doit atteindre un minimum de 40% de chansons d'expression française, dont la moitié au moins provenant de nouveaux talents ou de nouvelles productions, diffusées aux heures d'écoute significatives par chacun des services de radiodiffusion sonore autorisés par le Conseil supérieur de l'audiovisuel, pour la part de ses programmes composée de musique de variétés ».

Par dérogation, le Conseil supérieur de l'audiovisuel peut autoriser, pour des formats spécifiques, les proportions suivantes :

« - Soit pour les radios spécialisées dans la mise en valeur du patrimoine musical : 60% de titres francophones, dont un pourcentage de nouvelles productions pouvant aller jusqu'à 10% du total, avec au minimum un titre par heure en moyenne ;

- soit pour les radios spécialisées dans la promotion de jeunes talents : 35% de titres francophones, dont 25% au moins du total provenant de nouveaux talents ».

Tout au long du mois de septembre, le Conseil a réuni l'ensemble des partenaires de la filière musicale, afin d'envisager avec eux la manière dont il allait contrôler ces obligations. Il a ainsi reçu les diffuseurs radiophoniques, les syndicats de l'édition phonographique, ainsi que ceux des auteurs, compositeurs et éditeurs de musique. A l'issue de ces réunions, deux

décisions ont été prises : la première porte sur la définition de « nouveau talent », la seconde sur celle de « nouvelle production ».

La définition de « nouveau talent »

Dans le communiqué n°320 publié en janvier 1996 à l'issue d'une longue concertation avec les différents partenaires de la filière musicale, il avait été précisé : « *Un nouveau talent est un artiste qui n'a pas obtenu deux albums disques d'or distincts précédant son nouvel enregistrement* ». Cependant, les certifications or, double or, platine et diamant n'ayant été instaurées qu'à partir du 1^{er} janvier 1974, des artistes ayant sorti un disque avant cette date pouvaient être qualifiés de nouveaux talents. Conscient de cette aberration, et par souci de respecter l'esprit de la définition, le Conseil a décidé d'exclure de la liste des nouveaux talents tous les artistes se trouvant dans ce cas de figure. Ce choix a pour mérite, sans modifier la définition initiale actée entre tous les partenaires, d'y apporter une précision importante.

La définition de « nouveau talent » est désormais la suivante : « *Tout artiste ou groupe d'artistes qui n'a pas obtenu, précédant son nouvel enregistrement, deux albums disques d'or et qui a publié son premier disque à partir de 1974* ».

La définition de « nouvelle production »

Lors d'une réunion le 28 septembre avec les représentants des radios, le problème de la définition de « nouvelle production » a été abordé. Elle était jusqu'alors la suivante : « *Toute création discographique pendant un délai de six mois pour les albums et les simples non extraits d'albums, et de trois mois pour les simples extraits d'albums, à compter de la date de leur première commercialisation* ».

Après avoir consulté les différents partenaires de la filière musicale, il a été décidé d'étendre à une période de 6 mois (pour tous les supports) la qualification de « nouvelle production ».

Par ailleurs, lorsqu'une station décidait de programmer une nouvelle production, celle-ci n'était pas comptabilisée en tant que telle tant qu'elle n'était pas commercialisée, ce qui pénalisait les stations les plus dynamiques. Le Conseil a donc décidé de ne plus faire référence à la date de commercialisation, mais à la date de première diffusion sur l'une des radios du panel Ipsos Music pour déterminer la qualification de « nouvelle production ». Cette mesure a en outre l'avantage d'inciter l'ensemble des stations à programmer plus rapidement de nouveaux titres.

La transparence du contrôle

Les listes des artistes confirmés et des nouvelles productions sont mises en ligne sur le site Internet du CSA. La première de ces listes est réactualisée deux fois par an et la seconde mensuellement.

Le calendrier de mise en application des nouvelles dispositions a été le suivant :

- . choix d'une des trois options et modification par voie d'avenant de la convention de l'opérateur concerné ;
- . mise en œuvre de l'option choisie par l'opérateur pour son programme musical ;
- . à partir du 1^{er} janvier 2001, nécessité d'un strict respect de l'obligation choisie.

PUBLICITÉ RADIOPHONIQUE

Le Conseil a constaté que le contenu de certaines émissions présentait des manquements aux règles de la publicité radiophonique. En avril, un courrier a été adressé à la station Europe 1 au sujet de la promotion, abusive aux yeux du Conseil, faite à l'antenne lors du lancement de la chaîne de télévision Santé Vie sur CanalSatellite. En juillet, un deuxième courrier concernant la nécessité d'une identification claire des messages publicitaires et d'une coupure marquée entre ceux-ci et les programmes propres a été adressé à la station.

LES RADIOS COMMUNAUTAIRES ET LE CONFLIT AU PROCHE-ORIENT

Sur l'antenne de certaines radios des communautés juive et maghrébine, les événements du Proche-Orient ont donné lieu, à des dérapages verbaux, voire à des propos haineux à l'égard de l'une ou l'autre des communautés. Le Conseil a reçu plusieurs saisines en ce sens émanant tant de particuliers que d'associations.

Aussi a-t-il décidé de réunir les dirigeants des médias communautaires et confessionnels juifs musulmans et chrétiens, afin d'évoquer avec eux les responsabilités qui leur incombent dans le traitement des informations concernant les événements du Proche-Orient, ainsi que les questions liées à la maîtrise éditoriale des émissions de libre-antenne.

Cette réunion s'est tenue au Conseil le 11 décembre. Les échanges ont permis aux participants de décrire leur ligne éditoriale et la manière dont chacun remplit sa mission, ainsi que les problèmes rencontrés, tant dans la récolte des informations que dans la mise en perspective des faits relatés.

Tous ont souhaité que des rencontres régulières soient ainsi organisées sous l'égide du Conseil afin qu'ils puissent continuer à confronter leurs points de vue et à envisager de nouvelles initiatives communes pour promouvoir la tolérance et pour faire respecter les valeurs républicaines, auxquelles ils ont réaffirmé leur attachement.

En outre, la diffusion sur Radio Orient d'un prêche prononcé à La Mecque au contenu virulent à l'égard de la communauté juive a suscité un courrier de la part du Conseil à l'attention du président de cette radio.

Secteur public

ÉTHIQUE DES PROGRAMMES RADIOPHONIQUES

Courrier des auditeurs

Des auditeurs ont écrit au Conseil pour exprimer leur opinion sur certains programmes diffusés sur les antennes nationales, en particulier sur France Inter et sur France Info.

La partialité ou le manque de neutralité de certains collaborateurs dans le compte rendu d'événements ou de faits d'actualité sont notamment reprochés.

D'autres courriers mettent en cause la crudité des propos ou le caractère érotique de séquences diffusées sur France Inter, en raison notamment de leur programmation à des heures de grande écoute. Les émissions *Rien à voir* de Laurence Boccolini (au cours du 1^{er} trimestre) et *Là-bas si j'y suis* de Daniel Mermet (en début et fin d'année) ont ainsi été visées.

De même, des auditeurs ont émis des réserves à l'égard de certaines séquences diffusées sur France Inter et sur France Culture portant atteinte, soit à leurs convictions et aux croyances, soit aux symboles et aux valeurs auxquelles ils sont attachés. Le Conseil a fait part de ses observations aux responsables de Radio France lorsque les réactions qui lui ont été exprimées apparaissaient fondées.

De plus, son attention a été appelée sur les conditions de diffusion de certains rendez-vous boursiers sur l'antenne de France Info.

La chronique diffusée le 12 mars 1999 à 16h27 était une rediffusion du rendez-vous de 14h27, sans que, pour autant, les auditeurs en soient informés. Le Conseil a rappelé à la société l'obligation de respect du principe d'honnêteté de l'information, principe essentiel à la nécessaire relation de confiance qui doit exister entre le diffuseur et ses auditeurs.

Publicité sur Radio France

Compte tenu du nouveau contexte dans lequel elle évolue (développement des nouvelles technologies, libéralisation de France Télécom...), Radio France avait demandé au Conseil, en octobre 1999, de pouvoir bénéficier de certains assouplissements en matière de publicité et de parrainage.

Dans sa séance plénière du 22 février, le Conseil a examiné les demandes formulées par la société. Après en avoir délibéré, il a arrêté les positions suivantes.

S'agissant de la publicité, il s'est montré défavorable à son ouverture pour des biens et services émanant d'entreprises publiques relevant du secteur concurrentiel, celle-ci contrevenant à l'article 34 du cahier des missions et des charges de la société qui prohibe toute publicité de marques.

En revanche, il a admis l'évocation sur les antennes de Radio France de la diffusion des programmes de France Info par téléphonie portable sur Itinériss, via le 711, au regard notamment des principes d'adaptabilité du service public aux nouvelles technologies, et sous réserve que la communication sur ce service soit strictement informative, à l'exclusion de toute promotion. Il a demandé également de limiter à trois ou quatre le nombre quotidien des citations.

De même, Radio France a été autorisée à faire état de son site *Web* dès lors que cette référence s'inscrit dans le prolongement de ses programmes. En revanche, le Conseil lui a demandé de diffuser ce message de promotion au sein des plages publicitaires.

En matière de parrainage, se fondant sur les articles 5 et 6 de la décision du 4 février 1988 de la CNCL relative aux règles du parrainage applicables à Radio France et qui résulte du souci de restreindre la pression publicitaire sur les antennes de la société qui n'a pas accès à la publicité de marques, le Conseil s'est montré défavorable à la possibilité d'utiliser comme signature les marques d'un annonceur ainsi que son slogan institutionnel. Il a d'ailleurs rappelé que la décision du 4 février qui autorise les parrainages en provenance d'entreprises privées est déjà la preuve d'une certaine tolérance.

Il s'est également montré opposé à la remise, à titre de lots dans les émissions de jeux et de concours, de produits du parrain, eu égard aux conséquences publicitaires que cette pratique est susceptible d'engendrer.

Enfin, malgré les dispositions de l'article 40 du cahier des missions et des charges qui interdit tout échange de service à caractère publicitaire, le Conseil s'est déclaré ne pas être opposé aux partenariats. Toutefois, constatant que ces collaborations éditoriales donnaient parfois lieu à une promotion appuyée, le Conseil a instamment demandé que soit primée l'information sur l'argumentaire publicitaire et que soit assuré le pluralisme dans le choix des partenaires.

Publicité et nouvelles technologies

Au cours du mois de mai, le Conseil a constaté la diffusion sur France Info d'un message promotionnel en faveur d'une offre conjointe France Info/Itinériss, ainsi que celle d'un message en faveur de Noos.

De même, il a observé la promotion, sur France Inter, de chaînes de télévision privées diffusées dans le cadre du bouquet numérique satellitaire TPS.

Ces situations, qui contreviennent aux dispositions du cahier des missions et des charges de Radio France, ont amené le Conseil à rappeler que, s'il avait admis la diffusion de messages à caractère informatif citant la marque Itinériss (seule marque de portable offrant la possibilité d'écouter les programmes de France Info), l'autorisation délivrée ne se limitait qu'à ce cas précis.

Publicité clandestine

Le Conseil a constaté que le contenu de la chronique *Saveurs au quotidien*, diffusée sur France Info le 4 juillet dernier, présentait un caractère publicitaire manifeste, en louant de manière abusive un ouvrage pratique paru aux éditions Hachette Livres. Il a appelé la société à davantage de vigilance dans la présentation des chroniques et rubriques diffusées à l'antenne afin d'éviter ce type de dérapage.

Parrainage sur les antennes de RFI et de RFO

Les 24 février et 1^{er} mars, le Conseil a été saisi par M. Guy Jarnac, vice-président du conseil régional de La Réunion et délégué à l'audiovisuel et aux technologies de l'information et de la communication, et par M. Eric Bidot, directeur de Radio Régie (société de commercialisation publicitaire représentant les intérêts de Free Dom, NRJ, Chérie FM, Exo FM et Festival, cinq radios locales privées de l'île de La Réunion).

Tous deux protestaient contre les pratiques publicitaires de RFO Réunion, jugées contraires à la réglementation applicable à cette société de service public, redoutant qu'elles ne fragilisent les radios privées locales qui, au contraire de RFO, dépendent de la publicité commerciale pour leur survie.

Si le parrainage est permis sur les antennes de RFO, les actions de promotion en faveur de marques ou de services commerciaux ne sont pas autorisées dans les départements d'outre-mer (décret n° 97 483 du 9 mai 1997).

Les messages diffusés le 24 février 1999 entre 6h30 et 8h ayant fait apparaître la présence de produits et de marques à l'intérieur de certains parrainages, le Conseil a demandé à RFO de prendre les mesures nécessaires en vue, soit de déprogrammer les prochaines campagnes de diffusion prévues sous les formes observées, soit d'en modifier la teneur afin de les rendre conformes à la réglementation en vigueur.

Ayant constaté que le parrainage de la chronique boursière « Patrimoine » en partenariat avec la Banque Transatlantique, diffusée le 24 juin sur l'antenne parisienne de RFI (89 MHz), dérogeait aux règles de parrainage en ce qu'il relevait de la communication publicitaire, le Conseil a attiré l'attention de la société sur la nécessité d'éviter toute mention constituant une incitation à l'achat ou à la location de produits ou services de la banque.

5 - Musique et Audiovisuel

A la suite du rapport de la commission nationale des musiques actuelles à la ministre de la culture et de la communication en septembre 1998 et à la demande des différents acteurs de la filière musicale, inquiets des bouleversements majeurs qu'a connus l'édition musicale depuis deux décennies, le Conseil a décidé de créer en 1999 un groupe de travail sur les relations musique et audiovisuel afin de mieux cerner ces nouveaux enjeux et leurs implications pour les diffuseurs hertziens, du câble et du satellite.

Au cours de l'année 1999, le Conseil a auditionné les diffuseurs radiophoniques et télévisuels ainsi que les syndicats professionnels (Syndicat national de l'édition phonographique, Union des producteurs français indépendants). Ces auditions ont permis de dégager plusieurs pistes de réflexion sur la place de la musique à la télévision et celle accordée aux nouveaux talents à la télévision et à la radio.

Le Conseil a publié, dans *La Lettre du CSA* de janvier 2000, les résultats de son étude sur la place de la musique dans la programmation des chaînes de télévision. Cette étude a souligné le phénomène de segmentation de l'offre musicale que connaît actuellement la télévision, dix ans après celui qu'ont vécu la radio et l'industrie phonographique. Elle a ainsi mis en évidence l'explosion de l'offre de musique entre 1990 et 1998, sous l'effet de la multiplication des chaînes thématiques musicales (2 en 1990, 8 en 1998). Cette forte progression de l'offre masque cependant des situations très contrastées entre les modes de diffusion et les grands genres musicaux : le poids des musiques actuelles dans l'offre des chaînes du câble, le maintien d'une offre de musique classique et de jazz sur les chaînes hertziennes au prix d'une diffusion de plus en plus tardive, le déclin des émissions de variétés, le lancement de certaines chaînes dans une activité d'éditeur musical.

Au total, il semble que le décalage soit de plus en plus important entre l'offre de l'industrie du disque, soucieuse de prendre en compte la segmentation des goûts musicaux, et la demande des diffuseurs hertziens, qui demeurent la fenêtre d'exposition la plus précieuse de cette industrie, mais se doivent de chercher aux heures de grande écoute des programmes fédérateurs d'audience. L'accroissement du nombre de chaînes spécialisées sur d'autres supports que le hertzien conjugué aux possibilités offertes par l'Internet risquent à terme d'accélérer encore le processus de segmentation en cours.

Par ailleurs, les syndicats professionnels (SNEP, UPFI) ont souhaité attirer l'attention du Conseil sur la place réservée aux nouveaux talents de la chanson française. Ils ont été auditionnés le 13 septembre par le groupe Musique et Audiovisuel et se sont exprimés sur la nécessaire redéfinition du terme de « nouveau talent », s'agissant notamment de l'aménagement des quotas radiophoniques (cf. *supra*). L'UPFI a également fait part au Conseil de ses plus vives inquiétudes face au phénomène de concentration et d'intégration verticale entre les activités de producteur et de diffuseur. Il a souligné le manque de diversité

dans la programmation musicale des grands réseaux radiophoniques et la difficulté pour les producteurs indépendants d'exposer de nouveaux talents.

Le Conseil a rappelé son souhait de favoriser une plus grande concertation entre les parties concernées par la défense de la musique française et la promotion des nouveaux talents.

6 - Météo France

A la suite des événements météorologiques dramatiques de la fin de l'année 1999 et du début de l'année 2000, les responsables de Météo France ont demandé la médiation du Conseil pour que les chaînes nationales délivrent au public une information claire et pédagogique en cas de risque météorologique exceptionnel. Sans remettre en cause la qualité des bulletins météo délivrés par les radios et les télévisions, les représentants de Météo France craignent que le public ne perçoive pas toujours la nature et l'intensité du risque encouru. En outre, ils ont estimé trop lourde la chaîne d'alerte existante qui fixe à Météo France la mission de prévenir la direction de la défense et de la sécurité civiles du ministère de l'intérieur.

Lors de la réunion organisée par le Conseil dans ses locaux, associant les représentants de Météo France et ceux des chaînes hertziennes et des radios publiques, un consensus s'est dégagé sur la nécessité, en cas de risques météorologiques pouvant présenter un risque pour les personnes, de développer auprès du public une bonne appréciation du danger et de lui prodiguer des conseils pratiques. Météo France s'est par ailleurs engagée à formaliser les procédures dans le but d'élaborer un protocole d'accord avec les diffuseurs.

7 - Langue française

VEILLE LINGUISTIQUE DANS LES PROGRAMMES DE RADIO ET DE TÉLÉVISION

Le Conseil s'est attaché à remplir la mission que lui a confiée la loi du 30 septembre 1986 modifiée, en veillant au respect des obligations envers la langue française inscrites dans le cahier des missions et des charges des sociétés nationales de programme ainsi que dans les conventions conclues entre le CSA et les diffuseurs privés.

Conformément à celles-ci, TF1, M6 et Canal+ ont désigné un conseiller qualifié dans le domaine de la langue. Ces responsables interviennent régulièrement auprès des rédactions pour rappeler tel point de vocabulaire, de grammaire ou de prononciation. Leurs observations sont du ressort exclusif de la chaîne et ne sont pas communiquées au Conseil. Celui-ci peut cependant intervenir auprès des différentes sociétés pour faire part de ses remarques ou des observations qui lui sont adressées par les associations de défense de la langue ou par le public.

Pour mener à bien sa mission de veille linguistique, le Conseil dispose d'une chargée de mission et d'observateurs bénévoles, la plupart d'entre eux étant membres d'associations telles que l'association *Défense de la langue française*, agréée par la délégation générale à la langue française.

Les relevés linguistiques que le Conseil effectue et ceux que lui envoient les associations sont complétés par les lettres d'auditeurs et de téléspectateurs qui saisissent régulièrement le Conseil. Ce courrier témoigne de leur attachement à la qualité de la langue française dans les programmes de radio et de télévision, surtout lorsqu'il s'agit du secteur public. Les incorrections les plus fréquentes ou les plus significatives sont évoquées dans la rubrique que *La Lettre du CSA* consacre régulièrement à la langue française. Les lettres dénoncent le plus souvent les entorses à la grammaire, les liaisons incorrectes, la vulgarité de certains propos et, surtout, les anglicismes.

En ce qui concerne ces derniers, il convient cependant d'opérer une distinction entre les mots intégrés dans notre lexique et les anglicismes inutiles, comme l'a illustré la séquence du magazine *Envoyé spécial*, diffusé sur France 2 le 12 février 2000, qui avait pour thème les anglicismes dans les médias audiovisuels.

D'une manière générale, on remarque qu'aux yeux des journalistes, l'admission d'un mot étranger dans un dictionnaire lui donne en quelque sorte droit de cité et les autorise à l'employer, surtout lorsqu'il est attesté depuis une dizaine d'années et qu'il sert de base à la dérivation.

Comme chaque année, le Conseil a constaté un grand nombre de mots anglais dans les émissions consacrées aux sports de glisse. Il est vrai que pour ces termes techniques, que l'on trouve également dans la presse spécialisée, aucun équivalent n'a été proposé par la commission de terminologie.

Le Conseil a été saisi par l'association *Défense de la langue française* à propos du titre *P.I.N.K.* d'une nouvelle émission diffusée sur France 2, en troisième partie de soirée.

Après visionnage de plusieurs éditions de cette émission, il est apparu que le titre était traité soit comme sigle avec des points abrégatifs, soit comme acronyme, et dans ce cas il était développé en incrustation ou en voix hors champ : « Programme d'information non konformiste, avec un k ».

Aussi le Conseil a-t-il estimé ne pas avoir à intervenir. Si l'on peut regretter en effet la liberté prise avec l'orthographe, il faut toutefois constater qu'elle est liée à la tonalité de cette émission "expérimentale" diffusée à un horaire très tardif.

Conscient de l'importance du rôle des médias audiovisuels dans la diffusion d'une terminologie française, le CSA informe régulièrement les journalistes et animateurs en la matière et les invite à faire usage des néologismes officiels. Dès leur parution au Journal officiel, les termes recommandés par la commission générale de terminologie et de néologie sont publiés dans la rubrique « Langue française » de *La Lettre du CSA*. De plus, le Conseil adresse à Radio France, RFI, France Télévision, TF1, M6 et Canal+ les fascicules de terminologie édités par la délégation générale à la langue française.

Par ailleurs, le Conseil a dû rappeler à certaines chaînes satellitaires que, conformément à l'article 12 de la loi du 4 août 1994, les programmes repris sur les réseaux câblés doivent être diffusés en français.

Un domaine de la langue qui pourrait être sensiblement amélioré est celui de l'orthographe, dans les incrustations et dans le sous-titrage, toutes chaînes confondues. Les coquilles concernent aussi bien la grammaire que le vocabulaire ou encore les noms de villes qui sont bien souvent écorchés. Ils le sont tant à l'écrit qu'à l'oral et de nombreux téléspectateurs et auditeurs se plaignent que la prononciation « parisienne » soit la plupart du temps préférée à la prononciation locale, en matière de toponymie.

Si le Conseil ne reçoit que des lettres d'auditeurs et de téléspectateurs mécontents de la qualité de la langue dans les médias audiovisuels, il serait tout à fait injuste de ne pas ajouter que de nombreux journalistes, à la télévision comme à la radio, sont conscients de leur responsabilité en matière de langage. Ils pratiquent volontiers l'autocorrection et manifestent leur intérêt pour les différents aspects de notre langue en évoquant à l'antenne certains points de syntaxe, de vocabulaire ou de prononciation et privilégient l'emploi de mots français même lorsque la mode tente d'en imposer une traduction anglo-saxonne.

A propos des incrustations, il arrive - assez rarement il est vrai - que certaines fautes soient corrigées avec un décalage de quelques secondes. Cette nouvelle pratique observée notamment lors de journaux télévisés sur France 3 est particulièrement appréciée des téléspectateurs, comme si le recours à la correction était une façon de présenter ses excuses pour avoir laissé passer des coquilles dans la précipitation qu'impose une diffusion en direct.

On peut enfin noter avec satisfaction que les chaînes de télévision ont cessé, depuis près d'un an, de recourir au système abrégatif anglais (qui fait suivre d'un point une abréviation restituant la dernière lettre d'un mot), pour adopter les abréviations françaises (Pdt, Dr, St), comme cela a toujours été l'usage dans la presse écrite.

SOUS-TITRAGE DES ÉMISSIONS DE LA CAMPAGNE OFFICIELLE EN VUE DU RÉFÉRENDUM DU 24 SEPTEMBRE 2000

Depuis 1993, le Conseil supérieur de l'audiovisuel a estimé nécessaire de rendre accessibles aux personnes sourdes et malentendantes les émissions des campagnes officielles en sous-titrant les émissions diffusées sur France 3.

Les différentes listes habilitées à participer à la campagne officielle en vue du référendum ont eu la possibilité de choisir entre le sous-titrage seul, le sous-titrage en association avec le langage gestuel ou la traduction en langage gestuel, sous le contrôle du CSA. C'est le sous-titrage seul qui a été choisi par les différentes listes.

Le passage de l'oral à l'écrit pose un certain nombre de problèmes et deux choix sont possibles : rester fidèle à la langue orale et à ses imperfections comme dans certains sous-titrages de films ou de séries, ou trahir quelque peu l'énoncé du locuteur pour offrir aux téléspectateurs un texte respectueux des règles grammaticales du français écrit. Cette dernière solution a toujours été retenue par le Conseil, et c'est à nouveau ce choix qui a prévalu pour le sous-titrage des émissions. Les incorrections les plus courantes de la langue parlée - négations tronquées, invariabilité des participes passés et des pronoms relatifs composés, accords des adjectifs ou fautes de genres - ont été systématiquement rectifiées.

Le Conseil, toutefois, ne peut pas intervenir sur certaines constructions susceptibles d'être jugées boiteuses sans l'accord des représentants des différentes listes.

En ce qui concerne le lexique, aucune correction n'est apportée aux propos des intervenants, qu'il s'agisse de lapsus, d'impropriétés ou d'emprunts.

Enfin, les règles typographiques retenues par le Conseil sont celles qui sont recommandées par l'Imprimerie nationale.

RESPECT DE LA LOI DU 4 AOÛT 1994 DANS LES MESSAGES PUBLICITAIRES

Se reporter *supra*, « La publicité ».

VII - Les sanctions

Pour mener à bien sa mission de régulation, le Conseil peut adresser des mises en demeure aux radios et aux télévisions publiques et privées. Il dispose aussi d'un pouvoir de sanction administrative susceptible d'être mis en œuvre à l'occasion de manquements des diffuseurs à leurs obligations et engagements.

La gamme de sanctions est la suivante :

- . suspension de l'autorisation ;
- . réduction de la durée de l'autorisation ;
- . retrait de l'autorisation, dans les cas les plus graves.
- . Le Conseil peut également condamner un diffuseur au paiement d'une amende ou demander la diffusion à l'antenne d'un communiqué.

A l'exception de la suspension d'autorisation, l'adoption de toutes les sanctions est soumise à une procédure d'instruction qui permet de faire valoir les droits de la défense.

Par ailleurs, le Conseil peut saisir le procureur de la République d'infractions pénalement sanctionnées (émissions « pirates » de radio ou de télévision, non-respect, par une station de radio, des conditions techniques de son autorisation, etc.).

1 - Les sanctions administratives

Deux événements récents ont conduit le Conseil à préciser les règles de procédure qu'il entend suivre avant le prononcé de certaines sanctions. Il s'agit, d'une part, de la publication de la loi du 1^{er} août 2000 venue modifier la loi du 30 septembre 1986 et, d'autre part, d'une décision du Conseil d'État du 20 octobre 2000 qui a précisé les conditions de l'exercice par une autorité administrative indépendante de son pouvoir de sanction.

La loi du 1^{er} août 2000 a supprimé la désignation d'un rapporteur extérieur par le vice-président du Conseil d'État aux fins de l'instruction du dossier, préalablement au prononcé des sanctions par le CSA. Celles-ci vont de l'amende, de la réduction de la durée de l'autorisation ou du communiqué jusqu'au retrait de l'autorisation (cf. annexe 36).

La suite de la procédure, organisée par les articles 42-7 et 48-6 et qui assurent le respect des droits de la défense, n'a pas été modifiée par la loi du 1^{er} août 2000.

Dans le même temps, par une décision Habib du 20 octobre 2000, le Conseil d'État a précisé les conditions de l'exercice par une autorité administrative indépendante de son pouvoir de sanction. Il ressort de cette décision que si une telle autorité peut s'autosaisir, elle doit le faire d'une façon et en des termes qui ne puissent pas être interprétées comme une anticipation de l'issue de l'affaire, comme un « pré-jugement ».

Le Conseil a donc tiré les conséquences logiques de la loi et de la jurisprudence nouvelles pour certaines des sanctions qu'il prononce en propre.

Dans un souci de transparence, il a fait connaître le déroulement de la procédure nouvellement élaborée qui garantit le strict respect du principe d'impartialité ainsi que le contradictoire et les droits de la défense. On trouvera le descriptif de cette nouvelle procédure en annexe 36.

Télévision

Au cours de l'exercice, le Conseil a prononcé plusieurs mises en demeure à l'encontre de services de télévision diffusés par voie hertzienne terrestre et de services distribués sur le câble. Il a également décidé d'engager quatre procédures de sanction et prononcé deux sanctions.

MISES EN DEMEURE

TF1

Le Conseil a considéré que la diffusion, le 1^{er} août 1999, de l'émission *Téléfoot* avait été l'occasion d'assurer la promotion du bouquet satellitaire TPS et des chaînes Superfoot et Multivision, dont TF1 est un des prestataires.

Après l'annonce de l'accord signé quelques jours plus tôt entre TPS et la Ligue nationale de football, les présentateurs de l'émission ont en effet, durant deux minutes, en studio et dans un reportage, tenu des propos laudatifs à l'égard de Superfoot et d'une offre de paiement à la séance proposée les soirs de championnat de France de football, présentation comportant l'indication des prix pratiqués, une interview des dirigeants, la mention du slogan utilisé pour la campagne publicitaire et l'annonce du bilan très positif de la première soirée.

Estimant qu'une telle pratique relevait de la publicité clandestine, proscrite par l'article 9 du décret du 27 mars 1992, le Conseil avait engagé le 14 septembre 1999 à l'encontre de la société TF1 la procédure de sanction prévue aux articles 42-1 et suivants de la loi du 30 septembre 1986 modifiée.

Cependant, le CSA, tirant les conséquences de la décision du Conseil d'État du 20 octobre 2000 (CE, *Habib Bank Limited*), a décidé le 21 novembre 2000, pour des motifs tenant à la régularité de la procédure, de ne pas donner suite à celle-ci.

Il a néanmoins décidé, à cette occasion, de mettre en demeure la société TF1 de se conformer, à l'avenir, aux dispositions précitées de l'article 9 du décret du 27 mars 1992, sous peine d'encourir les sanctions prévues aux articles 42-1 et suivants de la loi du 30 septembre 1986 modifiée.

France 2

La diffusion par la société France 2 les 27, 28, 29 et 30 septembre 1999 de l'émission *La Chance aux chansons*, présentée par Pascal Sevran, a été l'occasion pour l'animateur d'assurer la promotion de son nouvel album, dont l'intégralité des titres a été interprétée au cours des différentes émissions et de décrire, en particulier le 28 septembre, le programme de sa tournée.

Cette opération promotionnelle a été renforcée par l'accueil enthousiaste dont a bénéficié l'animateur dans d'autres émissions de France 2, parmi lesquelles *C'est au programme* du 14 octobre 1999 et *Qui est qui ?* du 25 octobre.

Le Conseil avait estimé qu'une telle pratique, déontologiquement contestable et déjà dénoncée à plusieurs reprises, relevait de la publicité clandestine. Aussi avait-il engagé à l'encontre de la société France 2 le 26 octobre 1999 la procédure de sanction prévue aux articles 48-2 et suivants de la loi du 30 septembre 1986 modifiée.

En outre, en raison de la présentation particulièrement laudative d'un livre de Jean-Pierre Coffe dans l'émission *Qui est qui ?* du 23 novembre 1999, le Conseil a décidé le 18 janvier 2000 de demander au membre du Conseil d'État en charge d'instruire le dossier de joindre le manquement constaté aux autres pièces dudit dossier.

Cependant, le CSA, tirant les conséquences de la décision du Conseil d'État du 20 octobre 2000 (CE, Habib Bank Limited), a décidé le 21 novembre 2000, pour des motifs tenant à la régularité de la procédure, de ne pas donner suite à celle-ci.

Il a néanmoins décidé, à cette occasion, de mettre en demeure la société France 2 de se conformer, à l'avenir, aux dispositions précitées de l'article 9 du décret du 27 mars 1992, sous peine d'encourir les sanctions aux articles 48-2 et suivants de la loi du 30 septembre 1986 modifiée.

France 3

Le Conseil a estimé que la diffusion par la société France 3, le 3 juillet 1999, de l'émission *Autour du Tour*, enregistrée depuis le parc d'attractions du Puy-du-Fou, avait été l'occasion d'en faire une présentation particulièrement complaisante. Une succession de reportages a en effet permis de visiter longuement le parc, de découvrir ses différentes attractions et de prendre connaissance de l'élaboration de celles-ci, les interventions des invités et des animateurs de France 3 s'avérant en outre excessivement élogieuses.

Par ailleurs, ont été visualisés au cours de l'émission *Autour du Tour* du 7 juillet 1999 les logos des sociétés Cochonou et Champion qui n'en étaient pas les parrains.

Considérant que ces pratiques relevaient de la publicité clandestine, proscrite par l'article 9 du décret du 7 mars 1992, le Conseil avait engagé le 14 septembre 1999 à l'encontre de la société France 3 la procédure de sanction prévue aux articles 48-2 et suivants de la loi du 30 septembre 1986 modifiée.

Cependant, le CSA, tirant les conséquences de la décision du Conseil d'État du 20 octobre 2000 (CE, Habib Bank Limited), a décidé le 21 novembre 2000, pour des motifs tenant à la régularité de la procédure, de ne pas donner suite à celle-ci.

Il a néanmoins décidé, à cette occasion, de mettre en demeure la société France 3 de se conformer, à l'avenir, aux dispositions précitées de l'article 9 du décret du 27 mars 1992, sous peine d'encourir les sanctions prévues aux articles 48-2 et suivants de la loi du 30 septembre 1986 modifiée.

Canal+

Le Conseil a relevé, en septembre et octobre 1999, sur l'antenne de Canal+ plusieurs pratiques qu'il a estimé non conformes à la réglementation publicitaire, en particulier au sein de l'émission *Nulle part ailleurs*.

La société a en effet diffusé, le 7 septembre 1999, deux messages publicitaires dans leur intégralité dans la séquence « Zapping ». Trois autres messages ont été diffusés, le 4 octobre, lors de l'émission *Nulle part ailleurs*.

Cette pratique, pourtant dénoncée par le CSA en septembre 1997 dans une recommandation adressée à l'ensemble des chaînes hertziennes nationales, contrevient à l'article 9 du décret du 27 mars 1992 qui prohibe la publicité clandestine ainsi qu'à son article 14, alinéa 1, qui dispose que « *les messages publicitaires ou les séquences de messages publicitaires doivent être aisément identifiables comme tels et nettement séparés du reste du programme, avant comme après leur diffusion, par des écrans reconnaissables à leurs caractéristiques optiques et acoustiques* ».

Le Conseil a en outre relevé, le 8 septembre 1999, dans l'émission *Nulle part ailleurs* une promotion en faveur de la publication de presse *Les Inrockuptibles*, dont la couverture a été présentée, malgré la recommandation du Conseil de juillet 1995 encadrant les relations entre la presse et la télévision. Cette présentation complaisante s'est accompagnée d'un reportage dans les locaux du journal, d'une interview du directeur de la publication, de la visualisation de plusieurs anciennes unes de l'hebdomadaire et de l'indication de son prix.

Le Conseil a considéré qu'il s'agissait d'un cas de publicité clandestine, de surcroît en faveur d'un titre de presse, secteur exclu des écrans publicitaires conformément à l'article 8 du décret du 27 mars 1992.

Au cours de la même émission, un livre a été présenté dont le prix a été mentionné à l'antenne, ce qui constituait une pratique publicitaire pour un produit relevant d'un secteur interdit de publicité télévisée et édité par une filiale de Canal+, Canal+ Éditions.

Le recours à ces différents procédés avait conduit le Conseil à engager à l'encontre de la société Canal+, les 5 et 12 octobre 1999, la procédure de sanction prévue aux articles 42-1 et suivants de la loi du 30 septembre 1986 modifiée.

En outre, dans l'émission *Nulle part ailleurs* du 26 novembre 1999, près de seize minutes ont été consacrées au jeu « Tomb Raider », dont les qualités ont été vantées à la fois par son héroïne, incarnation en « chair et en os » du personnage virtuel, et l'animateur. Considérant que cette opération avait un caractère commercial, relevant de la publicité clandestine, le Conseil a demandé le 5 janvier 2000 au membre du Conseil d'État en charge d'instruire le dossier de joindre le manquement constaté aux autres pièces dudit dossier.

Cependant, le CSA, tirant les conséquences de la décision du Conseil d'État du 20 octobre 2000 (CE, *Habib Bank Limited*), a décidé le 21 novembre 2000 pour des motifs tenant à la régularité de la procédure, de ne pas donner suite à celle-ci.

Il a néanmoins décidé, à cette occasion, de mettre en demeure la société Canal+ de se conformer, à l'avenir, à l'article 4 du décret du 9 mai 1995, qui renvoie notamment aux dispositions précitées des articles 8, 9 et 14, alinéa 1, du décret du 27 mars 1992, sous peine d'encourir les sanctions prévues aux articles 42-1 et suivants de la loi du 30 septembre 1986 modifiée.

M6

Dans l'émission *Capital* du 17 décembre 2000 intitulée « Noël : le luxe à tous prix », trois des cinq sujets diffusés ont revêtu, aux yeux du Conseil, un caractère promotionnel.

Le premier reportage, consacré à la bijouterie marseillaise Pellegrin, et le cinquième sujet, consacré au magasin de parfums Séphora situé sur les Champs-Élysées, se sont avérés particulièrement valorisants pour ces enseignes, dont les boutiques et les produits ont été complaisamment présentés à un moment majeur dans l'activité de la bijouterie et de la parfumerie que sont les fêtes de fin d'année.

Le deuxième reportage a, pour sa part contribué à assurer une promotion appuyée de la vente de bijoux en grande surface, chez Leclerc et Auchan en particulier, le sujet développant l'idée selon laquelle les grandes surfaces vendent des produits équivalents à ceux des détaillants, mais à des prix inférieurs de 40%. Cette présentation sans nuance s'est avérée très défavorable à l'ensemble des bijoutiers détaillants.

Le Conseil a considéré que ces différentes pratiques relevaient de la publicité clandestine, proscrite par l'article 9 du décret du 27 mars 1992, de surcroît en faveur du secteur de la distribution, interdit de publicité télévisée conformément à l'article 8 dudit décret.

Par conséquent, le Conseil a décidé, le 6 mars 2001, de mettre en demeure la société M6 de se conformer, à l'avenir, à ces dispositions.

Antenne Réunion

Alors qu'il avait appelé fermement l'attention d'Antenne Réunion, le 25 avril 2000, sur de nombreux manquements aux règles relatives au parrainage télévisé relevés sur son antenne en début d'année, le Conseil a constaté le 7 mai, que le parrainage des bulletins météo de la chaîne par la société Colipays comportait toujours une représentation du produit et des coordonnées téléphoniques du parrain ainsi qu'un slogan publicitaire, procédés incompatibles avec les articles 18-II et 18-III du décret du 27 mars 1992 réglementant le parrainage télévisé.

En conséquence, le Conseil a mis en demeure le 24 mai 2000 la société Antenne Réunion de se conformer, sans délai, aux dispositions précitées sous peine d'encourir les sanctions prévues aux articles 42-1 et suivants de la loi du 30 septembre 1986 modifiée.

ABsat

Le Conseil a demandé le 25 janvier 2000 à la société ABsat de lui communiquer certains documents lui permettant de contrôler le respect, par les services de télévision dont ABsat assume la responsabilité éditoriale, des obligations conventionnelles, réglementaires et législatives auxquelles ces services sont soumis.

Avaient en particulier été réclamés les avant-programmes des mois d'octobre, novembre et décembre 1999 des chaînes AB1, AB Moteurs, Action, Animaux, Chasse et Pêche, Ciné Palace, Encyclopédia, Escales, FIT TV, La Chaîne Histoire, Mangas, Musique Classique, Polar, RFM TV, Rire, Romance et XXL.

Malgré une relance, le 20 avril 2000 et une mise en demeure déjà prononcée le 23 septembre 1997 à l'encontre de la société ABsat notamment en raison de la non-

transmission des avant-programmes de plusieurs de ses chaînes, le CSA a constaté qu'elle persistait dans cette voie.

Aussi a-t-il décidé, le 6 juin 2000, de mettre en demeure la société ABSat de se conformer pour l'avenir aux stipulations de l'article 21 des conventions des services de télévision précités (art. 23 s'agissant de La Chaîne Histoire), qui prévoient la communication de leurs programmes au Conseil trois semaines au moins avant leur diffusion.

Chaînes thématiques du câble

L'examen par le CSA du bilan 1999 des chaînes thématiques distribuées sur le câble fait ressortir que le problème majeur demeurait le non-respect des quotas de diffusion des œuvres.

Le Conseil est certes conscient des contraintes particulières qui rendent difficile le respect des quotas pour les chaînes du câble : concurrence des chaînes européennes soumises à la seule directive « Télévision sans frontières » plus souple tant en matière de définition que de seuil minimum d'œuvres européennes à diffuser ; rareté relative des œuvres dans certains domaines tels que le cinéma et les programmes destinés à la jeunesse ; enfin, insuffisante fluidité des droits.

Mais, face à ce constat, le Conseil est tenu de contrôler l'application des textes législatifs et réglementaires et de les faire respecter. Il a donc décidé, le 17 octobre 2000, pour des manquements significatifs, de mettre en demeure 20 chaînes de respecter à l'avenir les quotas de diffusion d'œuvres audiovisuelles et cinématographiques européennes et d'expression originale française et/ou le quantum annuel autorisé.

- Non-respect des quotas de diffusion d'œuvres audiovisuelles européennes :

AB1, Action, Ciné-Palace, Mangas, Polar, Romance, Canal J, Canal Jimmy, Ciné Star 1, Ciné Star 2, 13^{ème} Rue.

- Non-respect des quotas de diffusion d'œuvres audiovisuelles d'expression originale française :

AB1, Action, Ciné Palace, Mangas, Polar, Romance, Canal Jimmy, Ciné Cinémas 1, 2, 3, 13^{ème} Rue.

- Non-respect des quotas de diffusion d'œuvres cinématographiques européennes :

AB1, Action, Ciné Star 1, Ciné Star 2, Cinétoile, Disney Channel, Canal J, MCM Euromusique, Canal Jimmy, Ciné Cinémas 1, 2, 3, Téva, 13^{ème} Rue.

- Non-respect des quotas de diffusion d'œuvres cinématographiques d'expression originale française :

AB1, Action, Ciné-Palace, Romance, Ciné Star 2, Disney Channel, Canal J, Canal Jimmy, MCM Euromusique, Ciné Cinémas 1, 2, 3, Téva, 13^{ème} Rue.

- Non-respect du quantum annuel d'œuvres cinématographiques autorisé :

Cinétoile, Ciné Cinémas 1, 2, 3, Ciné Classics.

Par ailleurs, le Conseil a décidé d'adresser des mises en demeure à huit chaînes qui, n'ayant pas fourni toutes les informations permettant de contrôler le respect de leurs obligations, n'ont pas répondu aux demandes de précisions qui leur avaient été adressées.

Il s'agit d'Action, Ciné Palace, Polar, Rire, Romance, MCM Euromusique, 13^{ème} Rue et Monte-Carlo TMC.

Fashion TV

A plusieurs reprises, le Conseil a appelé l'attention de Fashion TV sur le nécessaire respect par la chaîne de la législation relative à l'emploi de la langue française.

Il lui a en effet signalé, par lettres des 17 janvier, 29 mars, 10 juillet et 8 novembre, que ses programmes, notamment les mentions écrites accompagnant les défilés de mode et les bandes-annonces d'émissions, devaient être diffusés en langue française ou, à tout le moins, faire l'objet d'une traduction en français aussi lisible, audible ou intelligible que les mentions en langue étrangère, conformément à l'article 20-1 de la loi du 30 septembre 1986 modifiée.

Cette obligation résulte également de l'article 10 de la convention conclue le 28 septembre 1998, aux termes duquel Fashion TV « *veille, dans les émissions qu'elle diffuse, au respect de la langue française* ».

En dépit de ces nombreux avertissements, le Conseil a constaté, en visionnant les programmes de la chaîne du 4 décembre, que l'anglais demeurait la langue utilisée sur son antenne et ne faisait qu'exceptionnellement l'objet d'une traduction en français.

Par conséquent, après en avoir délibéré le 19 décembre, le Conseil a décidé de mettre en demeure la société Fashion TV Paris de se conformer, sans délai, aux dispositions de l'article 20-1 de la loi du 30 septembre 1986 modifiée et aux stipulations de l'article 10 de sa convention, sous peine d'encourir les sanctions prévues aux articles 42-1 et suivants de ladite loi.

ENGAGEMENTS DE PROCÉDURES DE SANCTION

Ciné Classics

L'article 19 de la convention que la société Ciné-Cinéma Câble a conclue avec le Conseil le 29 janvier 1997 pour le service Ciné Classics l'oblige à fournir « *toutes les informations permettant à celui-ci de contrôler le respect des obligations auxquelles elle est tenue aux termes de (ladite) convention et des dispositions législatives et réglementaires qui lui sont applicables dans le cadre de cette convention* ».

Conformément à l'article 22 de la convention, il revenait à la société de communiquer un rapport sur les conditions d'exécution de ses obligations pour l'exercice 1999, au plus tard le 31 mars 2000. Or, les informations qui ont été fournies n'ont pas permis, sur plusieurs points, de s'assurer que Ciné Classics avait respecté l'ensemble de ses obligations.

En particulier, le Conseil n'a pas eu connaissance de la part du chiffre d'affaires que Ciné Classics a consacrée, conformément à l'article 15 de la convention précitée, à l'acquisition de droits de diffusion d'œuvres cinématographiques européennes.

Il n'a pas davantage été destinataire des données lui permettant d'apprécier la conformité des programmes aux dispositions des articles 4 et 5 de la directive communautaire « Télévision sans frontières » du 3 octobre 1989 modifiée, relatives à la proportion du temps de diffusion devant être consacrée à des œuvres européennes ainsi qu'à la part du temps d'antenne ou du budget de programmation devant être réservée à des œuvres européennes émanant de producteurs indépendants, au sens de la directive.

Le Conseil a par ailleurs constaté que les éléments communiqués sur les quotas d'œuvres cinématographiques européennes et d'expression originale française atteints en 1999 aux

heures de grande écoute, comprises entre 18h et 24h, ne lui permettaient pas de vérifier le respect de cette obligation.

La société Ciné-Cinéma Câble avait été mise en demeure le 26 octobre 1999 de se conformer aux stipulations de l'article 19 précité de la convention qu'elle a conclue pour le service Ciné Classics.

Aussi le Conseil a-t-il décidé le 17 octobre d'engager à l'encontre de la société Ciné-Cinéma Câble la procédure de sanction prévue aux articles 25 et 26 de ladite convention.

Ciné Cinémas 1, 2, 3

L'article 19 des conventions que la société Ciné Cinéma Câble a conclues avec le Conseil, le 29 janvier 1997, pour les services Ciné Cinémas 1, Ciné Cinémas 2 et Ciné Cinémas 3 l'oblige à fournir *« toutes les informations permettant à celui-ci de contrôler le respect des obligations auxquelles elle est tenue aux termes de (ladite) convention et des dispositions législatives et réglementaires qui lui sont applicables dans le cadre de cette convention »*.

Conformément à l'article 22 des conventions, il revenait à la société de communiquer au Conseil un rapport sur les conditions d'exécution de ses obligations pour l'exercice 1999, au plus tard le 31 mars 2000.

Or, les informations qui ont été fournies n'ont pas permis, sur plusieurs points, de s'assurer que Ciné Cinémas 1, 2, 3 avaient respecté l'ensemble de leurs obligations, notamment en raison de la transmission d'un seul bilan pour les trois services.

Ainsi, s'agissant des œuvres audiovisuelles, la liste communiquée, très incomplète, a passé sous silence une grande partie des œuvres de catégories 4 et 5 diffusées.

En ce qui concerne les quotas d'œuvres cinématographiques, le Conseil a déploré que la société ne lui ait pas apporté toutes les précisions permettant de déterminer les quotas d'œuvres européennes et d'expression originale française atteints par chacun des services aux heures de grande écoute, comprises entre 18 h et 24 h, ni la part du chiffre d'affaires du groupement de services qui doit être consacrée, conformément à l'article 15 bis des conventions précitées, à l'acquisition de droits de diffusion d'œuvres cinématographiques européennes.

Il a enfin constaté ne pas avoir été destinataire des données lui permettant d'apprécier la conformité des programmes de Ciné Cinémas 1, 2 et 3 aux dispositions des articles 4 et 5 de la directive communautaire « Télévision sans frontières » du 3 octobre 1989 modifiée, relatives à la proportion du temps de diffusion devant être consacrée à des œuvres européennes ainsi qu'à la part du temps d'antenne ou du budget de programmation devant être réservée à des œuvres européennes émanant de producteurs indépendants, au sens de la directive.

La société Ciné-Cinéma Câble avait été mise en demeure le 26 octobre 1999 de se conformer aux stipulations de l'article 19 précité des conventions qu'elle a conclues avec le CSA pour les services Ciné Cinémas 1, Ciné Cinémas 2 et Ciné Cinémas 3.

Aussi le Conseil a-t-il décidé le 17 octobre d'engager à l'encontre de la société Ciné- Cinéma Câble la procédure de sanction prévue aux articles 25 et 26.

Canal Jimmy

L'article 21 de la convention que la société Canal Jimmy a conclue avec le Conseil le 10 juin 1993 l'oblige à fournir « *toutes les informations permettant à celui-ci de contrôler le respect des obligations auxquelles elle est tenue aux termes de (ladite) convention et des dispositions législatives et réglementaires qui lui sont applicables dans le cadre de cette convention* ».

Conformément à l'article 24 de la convention, il lui revenait de communiquer un rapport sur les conditions d'exécution de ses obligations pour l'exercice 1999, au plus tard le 31 mars 2000.

Or, les informations qui ont été fournies n'ont pas permis de s'assurer que Canal Jimmy avait respecté l'ensemble de ses obligations.

En particulier, le Conseil a constaté que le calcul des quotas d'œuvres cinématographiques européennes et d'expression originale française atteints par Canal Jimmy sur l'ensemble de la programmation reposait sur une méthode erronée, la comptabilisation des quotas d'œuvres cinématographiques devant s'exercer, non pas titre par titre, mais sur le nombre total de diffusions et de rediffusions.

Quant au calcul de ces quotas aux heures de grande écoute, comprises entre 20h30 et 22h30, il semble qu'il ait reposé sur des bases erronées.

Le Conseil a enfin constaté ne pas avoir été destinataire des données lui permettant d'apprécier la conformité des programmes de Canal Jimmy aux dispositions des articles 4 et 5 de la directive communautaire « Télévision sans frontières » du 3 octobre 1989 modifiée, relatives à la proportion du temps de diffusion devant être consacrée à des œuvres européennes ainsi qu'à la part du temps d'antenne ou du budget de programmation devant être réservée à des œuvres européennes émanant de producteurs indépendants, au sens de la directive.

La société Canal Jimmy a été mise en demeure le 26 octobre 1999 de se conformer aux stipulations de l'article 21 précité de sa convention.

Aussi le Conseil a-t-il décidé le 17 octobre d'engager à l'encontre de la société Canal Jimmy la procédure de sanction prévue aux articles 27 et 28 de la convention.

Monte-Carlo TMC

Les relevés de programmation des œuvres cinématographiques sur Monte-Carlo TMC lors de l'exercice 1999, réalisés d'après les avant-programmes communiqués par la société, ont laissé apparaître, d'une part, qu'elle avait dépassé le nombre total de diffusions et de rediffusions autorisé, d'autre part, que les quotas de diffusion d'œuvres européennes et d'expression originale française prévus par la réglementation en vigueur n'avaient pas été atteints.

S'agissant du nombre maximum d'œuvres cinématographiques pouvant être diffusées, le Conseil a en effet comptabilisé un total de 297 passages, dont 180 aux heures de grande écoute, comprises entre 20h30 et 22h30, alors que l'article 19 de la convention que la Société spéciale d'entreprise-TMC a conclue avec le CSA le 26 octobre 1998, qui renvoie notamment à l'article 2 du décret n° 87-36 du 26 janvier 1987 modifié par l'article 13 du décret n° 92-882 du 1^{er} septembre 1992 modifié, limite à 192 diffusions le quantum maximum pouvant être atteint par Monte-Carlo TMC, dont 144 entre 20h30 et 22h30.

Quant aux proportions d'œuvres cinématographiques européennes et d'expression originale française diffusées lors de l'exercice 1999 par la chaîne, elles semblent s'être élevées respectivement sur l'ensemble de sa programmation à 51,5% et 29% alors qu'elle est tenue, conformément à l'article 19 précité de sa convention qui renvoie à l'article 7 du décret n° 90-66 du 17 janvier 1990 modifié par l'article 12 du décret n° 92-882 du 1^{er} septembre 1992 modifié, de réserver dans le nombre total annuel d'œuvres cinématographiques de longue durée diffusées au moins 60% à la diffusion d'œuvres européennes et 40% à la diffusion d'œuvres d'expression originale française.

Il a semblé au Conseil que l'article 9 du décret n° 90-66, qui étend cette obligation aux heures de grande écoute, n'avait pas davantage été respecté, Monte-Carlo TMC n'ayant diffusé entre 20h30 et 22h30, selon les estimations du Conseil, que 48,3% d'œuvres européennes et 26,1% d'œuvres d'expression originale française.

La Société spéciale d'entreprise-TMC ayant été mise en demeure le 23 juin 1999 de se conformer, pour l'exercice 1999 et les exercices suivants, aux stipulations de l'article 19 de la convention qu'elle a conclue avec le CSA, le Conseil a décidé le 17 octobre 2000 d'engager à son encontre la procédure de sanction prévue aux articles 25 et 26 de ladite convention.

SANCTIONS

France 2

Le Conseil a constaté que lors de la diffusion par France 2, le 21 novembre 1998, de l'émission *Tout le monde en parle* avait été assurée la promotion appuyée de boissons alcooliques. Une rubrique consacrée au Beaujolais nouveau a en effet été l'occasion de présenter complaisamment un certain nombre de crus et d'en visualiser le conditionnement.

Le Conseil a estimé que cette pratique relevait de la publicité clandestine, prohibée par l'article 9 du décret n° 92-280 du 27 mars 1992, de surcroît en faveur de boissons alcooliques, secteur interdit de publicité télévisée conformément à l'article 8 dudit décret et à l'article L.17 du code des débits de boissons et des mesures contre l'alcoolisme.

Il a considéré que constituait également un cas de publicité clandestine la présentation très flatteuse de l'ouvrage d'un écrivain relevée le 19 décembre 1998 à l'occasion de la retransmission du tiercé et consistant en particulier en l'indication aux téléspectateurs des moyens d'en faire l'acquisition.

Ces manquements faisant suite à plusieurs avertissements adressés à France 2, notamment à une mise en demeure prononcée le 14 juin 1994, le Conseil a décidé d'engager une procédure de sanction à l'encontre de la société.

Le 9 février 2000, il l'a condamnée à verser au Trésor la somme de 500 000 francs.

France 3

Malgré plusieurs rappels à l'ordre adressés à France 3 entre 1994 et 1998, le Conseil a constaté que la société persistait à recourir à des procédés relevant de la publicité clandestine, interdite conformément à l'article 9 du décret n° 92-280 du 27 mars 1992.

Il a ainsi relevé que la diffusion les 1^{er} et 5 octobre 1998 de l'émission gastronomique *A table* avait été l'occasion de faire la promotion de deux restaurants dont l'adresse a été dévoilée à l'antenne.

En outre, au cours de l'émission *Parole d'Expert* du 25 novembre 1998, ont été diffusés plusieurs extraits de messages publicitaires, avec citation et visualisation de produits, de marques et de slogans et ce, en totale méconnaissance de l'article 14 du décret du 27 mars 1992 qui exclut toute diffusion de messages en dehors des écrans publicitaires.

C'est à nouveau au cours de l'émission *Parole d'Expert* qu'ont été diffusés des reportages publicitaires du 30 novembre au 4 décembre 1998 en faveur du distributeur Tati et du 7 décembre au 11 décembre au bénéfice du traiteur Lenôtre. A travers une série de portraits d'employés de ces enseignes, ont en effet pu être complaisamment présentés magasins et boutiques, rayonnages, produits, prix de vente voire slogan publicitaire. Les différentes séquences revêtaient un caractère d'autant plus promotionnel qu'elles étaient dépourvues de toute analyse critique.

Enfin, entre le 28 novembre et le 20 décembre 1998, ont été programmés huit épisodes d'un « feuilleton-documentaire », intitulé *Le Temps des vendanges* et décrivant la vie quotidienne des principaux acteurs du domaine bordelais de Lynch-Bages. Cette série a contribué à assurer la promotion du domaine et des activités viticoles de son propriétaire, en méconnaissance des dispositions de l'article 9 du décret du 27 mars 1992 ainsi que des articles 8 dudit décret et L. 17 du code des débits de boissons et des mesures contre l'alcoolisme qui prohibent toute publicité par voie télévisuelle pour des boissons alcooliques.

Le recours à de telles pratiques, qui relevaient toutes de la publicité clandestine, de surcroît dans un cas en faveur de boissons alcooliques, a conduit le Conseil, par délibération des 22 décembre 1998 et 6 janvier 1999, à engager à l'encontre de France 3 la procédure de sanction prévue aux articles 48-2 et suivants de la loi précitée du 30 septembre 1986 modifiée.

Le 9 février 2000, le Conseil a infligé à la société France 3 une amende d'un montant de 2 millions de francs.

Télé Bleue

Lors de son assemblée plénière du 29 août, le Conseil a constaté que la chaîne locale Télé Bleue ne se conformait pas à ses obligations et aux mises en demeure de les respecter décidées les 16 février et 14 septembre 1999. En effet, il ressortait des enregistrements fournis et du procès-verbal de constat dressé par un huissier de justice que le programme diffusé par Télé Bleue du 24 au 30 avril était principalement constitué par un montage de 46 minutes comportant de temps en temps le logo de la chaîne en surimpression et par la diffusion ponctuelle d'un texte infographique annonçant, soit un bloc-notes à 6h15, 10h, 11h, 15h, 16h, 17h et minuit, soit des rendez-vous camarguais à 8h30, 13h30 et 19h30, rubriques non diffusées.

Après avoir entendu les représentants de la société, le Conseil a considéré, lors de son assemblée plénière du 9 janvier 2001, que les faits établissent un manquement aux caractéristiques générales du programme. Sa gravité entraîne une dénaturation totale des conditions d'exploitation du service et une modification substantielle des données au vu desquelles l'autorisation avait été délivrée. En conséquence, le Conseil a décidé que ces manquements justifiaient le retrait de l'autorisation de Télé Bleue en application de l'article 42-3 de la loi du 30 septembre 1986 modifiée.

Radio¹

Les motifs qui peuvent conduire le Conseil à mettre en œuvre son pouvoir de sanction sont variés. On peut essentiellement distinguer les manquements aux dispositions légales et réglementaires (dispositions relatives à l'ordre public, décret relatif à la publicité locale), les manquements aux caractéristiques techniques figurant dans la décision d'autorisation (non-émission, puissance excessive...), les manquements aux obligations conventionnelles contractées par un opérateur, notamment en matière de programme ou de fourniture de documents permettant au Conseil d'exercer son contrôle.

LES PRINCIPAUX MANQUEMENTS

Les manquements aux caractéristiques techniques de l'autorisation

Le respect par les opérateurs des caractéristiques techniques des autorisations est essentiel : il permet d'assurer une gestion optimale du spectre hertzien. Les manquements les plus fréquemment relevés sont les suivants.

Absence d'émission

Le Conseil, compte tenu de la rareté des fréquences disponibles, ne peut accepter que des opérateurs autorisés n'exploitent pas ces dernières. Notons à cet effet que le Conseil précise dans les décisions d'autorisation le risque de caducité à défaut d'émission dans un délai d'un ou de deux mois suivant la publication au Journal officiel desdites décisions. Le Conseil d'État, dans une décision du 22 avril 1992 (CE - société Prisca), a jugé qu'une telle disposition était légale et, par voie de conséquence, que la caducité ne constituait pas une sanction non prévue par la loi.

Le Conseil a délibéré 8 mises en demeure pour absence d'émission au cours de l'année 2000.

Émission avec une puissance excessive

Le Conseil a délibéré 24 mises en demeure à l'encontre de radios qui dépassaient la valeur autorisée de la déviation de fréquence.

Site non conforme

Le Conseil a délibéré 2 mises en demeure à l'encontre de radios émettant à partir d'un site non conforme à celui figurant dans la décision d'autorisation.

Utilisation sans autorisation d'une fréquence de liaison

Le Conseil a délibéré 1 mise en demeure pour ce motif.

Utilisation sans autorisation d'une sous-porteuse RDS

Le Conseil a délibéré 1 mise en demeure à l'encontre d'une radio utilisant une sous-porteuse RDS sans autorisation.

¹ En annexe 38, récapitulatif des sanctions administratives prononcées à l'encontre de radios, du 1^{er} janvier au 31 décembre 2000.

Les manquements aux obligations conventionnelles

Ces manquements concernent essentiellement les programmes et les obligations permettant au Conseil d'exercer le suivi d'une autorisation (agrément en cas de modification de capital, fourniture des rapports d'activités et des documents financiers).

Diffusion d'un programme non conforme aux engagements pris par le titulaire de l'autorisation

En ce qui concerne les programmes, le Conseil s'attache particulièrement au respect des engagements en matière de programme d'intérêt local souscrits par les opérateurs, la réalisation d'un programme d'intérêt local d'une durée quotidienne de trois heures étant la condition d'accès au marché publicitaire local.

Ainsi 9 mises en demeure et 5 suspensions ont été délibérées sur ce fondement au cours de la période.

1 mise en demeure a en outre été délibérée à l'encontre d'un opérateur ne respectant pas le format ou les caractéristiques du programme précisés dans sa convention.

3 mises en demeure ont par ailleurs été délibérées pour identification non conforme.

Défaut de fourniture des éléments demandés par le Conseil

Afin de procéder au contrôle des stations qu'il autorise, le Conseil peut leur demander de lui fournir les conducteurs des émissions, voire les bandes de programmes enregistrées. Il peut également se faire communiquer les bilans ou comptes d'exploitation, ainsi qu'un rapport d'activité pour l'année écoulée. Le refus du titulaire de l'autorisation de répondre aux demandes du Conseil donne lieu à l'envoi de mises en demeure.

71 mises en demeure ont été délibérées sur ce fondement. Il est en effet parfois difficile pour le Conseil d'obtenir ces éléments pourtant nécessaires à une bonne information de l'instance. Le Conseil a prononcé 4 suspensions sur ce fondement au cours de la période considérée lorsque la mise en demeure n'a pas été suivie d'effets.

Modification du capital et des organes de direction des services autorisés

Certaines stations procèdent sans en informer le CSA à une modification du capital qui ne présente pas un caractère substantiel. Le Conseil sanctionne alors la méconnaissance par le titulaire de l'autorisation de son engagement contractuel d'information préalable. Lorsque cette modification est substantielle, elle peut justifier l'engagement d'une procédure de retrait sur le fondement de l'article 42-3 de la loi. Il en est ainsi lorsque les modifications affectent les conditions de financement et de contrôle du titulaire de l'autorisation, et que ce changement est susceptible de remettre en cause les équilibres mis en place par le Conseil lors de l'appel aux candidatures.

1 mise en demeure a été délibérée par le Conseil sur ce fondement.

2 - Les poursuites pénales

L'intervention du CSA sur le plan pénal vise le plus souvent les émissions radiophoniques sans autorisation. En 2000, le Conseil a saisi le parquet compétent de sept cas d'émissions de radiodiffusion sonore sans autorisation.

PLAINTES CONTRE DES RADIOS NON AUTORISEES DU 1^{ER} JANVIER AU 31 DECEMBRE 2000

Radio - Fréquence	Lieu d'émission	Décision de plénière
Radio Deux Couleurs	Nantes (44)	7 mars
Radio non identifiée	Saint-Brieuc (22)	18 avril
Radio non identifiée	Les Herbiers (85)	26 avril
Mélo die FM	Oloron-Sainte-Marie (64)	9 mai
Radio non identifiée	Coignières (78)	24 mai
Corse Info – 95,5 MHz	Bastia (20)	6 novembre
RDJ – 107,9 MHz	Orly (94)	10 novembre

VIII - La télévision numérique de terre

La loi du 1^{er} août 2000 a consacré l'avènement prochain de la télévision numérique de terre et sa préparation constitue l'une des activités majeures du Conseil, qu'il s'agisse du groupe de travail animé par un membre du collège, Pierre Wiehn en 2000 et Yvon Le Bars depuis février 2001, ou des différentes directions du Conseil.

Une avancée décisive

Le Conseil s'est, dès 1998, résolument engagé dans la perspective de la télévision numérique de terre. Il considère en effet que l'avènement de ce nouveau réseau, bien au-delà de ses simples avantages techniques, est un facteur de progrès pour l'audiovisuel national et un élément essentiel de la société de l'information proposée aux citoyens.

La télévision numérique terrestre apportera en effet aux téléspectateurs une offre plus riche en quantité et diversité de programmes et de services associés. Elle réduira les coûts de diffusion, ce qui bénéficiera aux opérateurs actuels et à de nouveaux entrants. Les fréquences analogiques libérées pourront à terme être utilement consacrées à d'autres usages audiovisuels, notamment la haute définition et la réception mobile.

Certes, la diffusion numérique satellitaire est déjà très développée en France, et s'étend également sur les réseaux câblés. Cependant, la diffusion terrestre présente des avantages déterminants. Elle garantit l'accès au plus grand nombre à partir des équipements existants ou à faible surcoût. Elle est également la mieux à même de permettre la multiplication à terme de la télévision de proximité, et la préservation de notre identité culturelle au moment où les entreprises et services extra-européens occupent ou conquièrent des positions significatives sur les vecteurs du câble et du satellite.

Enfin, sur le plan technologique et industriel, une filière totalement numérique depuis la production de l'image et du son jusqu'à leur diffusion et réception représente une avancée décisive.

Dix principes fondamentaux

A la fin de l'année 1999, répondant au *Livre blanc* du ministère de la culture et de la communication et du secrétariat d'État à l'industrie sur « la numérisation de la diffusion terrestre de la télévision et de la radio », le Conseil énonçait dix principes fondamentaux dans lesquels il proposait d'inscrire son action. Le texte de loi adopté par le législateur en 2000 et promulgué le 1^{er} août 2000 a largement répondu aux vœux du Conseil, qui a tenu à réaffirmer avec force ces principes dans un texte rendu public le 24 octobre 2000 :

- Ce progrès technologique doit viser à élargir la liberté de choix des téléspectateurs. Il ne saurait en aucun cas la réduire, même temporairement.
- L'offre globale devra répondre aux principes de diversité et de pluralisme. Un régime d'autorisation service par service, après appel à candidatures, permettra de garantir ces principes et d'éviter tout verrouillage du marché.
- Deux priorités devront être prises en compte : la fonction fédératrice des programmes généralistes (nationaux et locaux) et la valorisation de notre identité culturelle.
- La libre concurrence devra être effective dans tous les segments de la filière : édition, gestion du multiplex, diffusion technique, distribution commerciale. Ces différents métiers doivent être précisément identifiés et définis (...).
- L'économie des opérateurs existants, qui constituent notamment le moteur de la production audiovisuelle et cinématographique, ne doit pas être déséquilibrée.
- L'émergence d'un secteur de télévision locale et de proximité, répondant à une attente forte, justifie la création d'un fonds de soutien spécifique.
- La migration de l'analogique vers le numérique devra être rapide pour que tous les acteurs et notamment les nouveaux entrants puissent trouver au plus vite leur équilibre économique.
- La simplicité des équipements et l'interopérabilité des systèmes de décodage, d'accès et de navigation doivent être garanties.
- La mise en œuvre de ces principes et la rareté des ressources en fréquences rendent plus que jamais nécessaire la régulation.
- Un des principes fondamentaux de la législation française sur l'audiovisuel consiste à confier à une seule instance une mission globale de régulation du secteur, portant de manière équilibrée et indissociable sur les aspects techniques, éditorial et culturel, et économique et financier. Ce principe qui garde les mêmes fondements en diffusion numérique ne doit pas être remis en cause.

La gestion du spectre de fréquences

Responsabilité traditionnelle du Conseil, la gestion du spectre de fréquences affectées aux usages audiovisuels de télévision et de radio prend une importance renouvelée face au défi numérique. Chargé de la planification des fréquences numériques, accompagnée de la détermination des éventuels réaménagements de fréquences analogiques, le Conseil a renforcé de multiples manières la concertation menée avec les opérateurs, d'une part en accueillant favorablement toutes les demandes d'expérimentations qui lui étaient présentées, d'autre part en organisant, à l'automne 2000, une vaste consultation avec tous les acteurs concernés, poursuivie par la mise en place d'une commission d'experts techniques.

Les expérimentations

Au titre des expérimentations, le Conseil a délivré ou reconduit de nombreuses autorisations d'expérimentation de diffusion numérique terrestre (cf. liste détaillée chapitre IV, La gestion des fréquences). Télédiffusion de France (TDF), opérateur national principal, mais aussi des sociétés filiales de groupes audiovisuels (Canal+, M6, TPS, NRJ, ...) ont ainsi été autorisées à tester en conditions réelles, et sur des zones d'habitat fort différentes, les procédures scientifiques et les paramètres techniques d'exploitation du futur réseau. Chaque expérimentation a donné lieu à un rapport, permettant le cas échéant de valider des hypothèses et d'affiner progressivement les connaissances.

La consultation de septembre et octobre 2000

En septembre 2000, conformément au souhait du législateur, le Conseil a conduit une vaste consultation contradictoire relative à « l'aménagement du spectre hertzien en vue d'un

développement optimal de la diffusion numérique terrestre ». Un questionnaire, largement diffusé et publié sur le site Internet du CSA, a dans une première phase permis de réunir une quarantaine de contributions écrites émanant des plus grandes entreprises françaises du secteur audiovisuel : éditeurs de chaînes, diffuseurs techniques, distributeurs du câble et du satellite, prestataires et équipementiers professionnels, fabricants de l'électronique grand public, et d'organismes publics. Dans un deuxième temps, une journée d'étude a été organisée le 29 septembre 2000, sur les thèmes principaux issus de la consultation écrite. L'ensemble des documents reçus et la retranscription intégrale des débats du 29 septembre ont été publiés à la fin du mois d'octobre, permettant au Conseil de dégager et rendre publiques 21 conclusions majeures, qu'il est utile de rappeler ci-après.

▪ *Les principes de base de la planification*

- Le CSA confirme qu'il inscrit sa planification dans le cadre de l'utilisation de la bande UHF parallèlement exploitée en analogique (canaux 21 à 65), pour le déploiement de réseaux numériques nationaux en multifréquences.
- Le Conseil étudiera en complément l'utilisation de la bande VHF chaque fois que l'UHF n'apparaîtra pas suffisant localement à la mise en place de 6 multiplex dans des conditions techniques satisfaisantes.
- Si l'utilisation du haut de bande UHF (canaux 66 à 69) se révélait localement utile pour atteindre l'objectif des 6 multiplex, la demande en serait présentée au ministère de la défense qui en est l'affectataire.
- Pour des raisons d'efficacité (initialisation des antennes, rapidité du déploiement et limitation des coûts), la planification conduite par le Conseil s'inscrit dans l'utilisation prioritaire des points hauts actuellement exploités en analogique, sauf lorsque des solutions alternatives apparaîtront régionalement ou localement plus adaptées. L'utilisation d'autres points de diffusion sera alors recherchée lorsqu'elle apparaîtra déterminante pour améliorer la desserte de la population.
- Dans le cadre de ses compétences, le CSA s'emploiera à réunir et veillera au respect de toutes les conditions nécessaires à l'ouverture du marché et à un exercice effectif de la concurrence entre diffuseurs techniques, notamment par l'accès aux sites et aux infrastructures essentiels.
- Une puissance numérique située à -13 dB par rapport à la puissance de l'analogique sur un même site permet une couverture numérique, en réception fixe, identique à celle de l'analogique. Toutefois, afin d'améliorer la réception portable, une augmentation de puissance pouvant aller jusqu'à -10 dB par rapport à l'analogique sur le même site sera retenue dès lors qu'elle n'engendrera pas une augmentation trop importante du nombre de réaménagements des réémetteurs analogiques et qu'elle sera compatible avec la coordination internationale.
- De plus, dans la poursuite de ce même objectif d'accroître la possibilité de réception portable, le Conseil est ouvert à l'utilisation le cas échéant de sites complémentaires plus proches des centres urbains. Il étudiera au cas par cas la mise en œuvre de cette option.
- Le CSA, comme la grande majorité des acteurs, considère que la réception mobile ne peut pas être un objectif prioritaire au stade de lancement de la télévision numérique terrestre. En effet, la recherche de ce mode de réception, outre qu'elle se heurte à des incertitudes et à des contraintes techniques et économiques, aboutirait à une forte réduction de l'offre de programmes. Le Conseil est néanmoins disposé à toute concertation utile pour la mise au point des normes technologiques adaptées, afin d'envisager, à moyen terme, l'introduction de ce mode de réception.
- Pour les réaménagements des fréquences analogiques induits par la mise en place des réseaux numériques, le CSA recherchera, zone par zone, l'équilibre entre l'objectif de limiter au plus juste le nombre des réaménagements et les avantages spécifiques que ceux-ci pourraient apporter.
- Dans un souci d'équité et d'efficacité, le CSA soutient le principe d'une mutualisation de la charge financière des réaménagements. Il propose que soit étudiée la formule d'un fonds de financement et de répartition des coûts de ces réaménagements.

- Le Conseil assurera une large publicité de ses décisions de planification et de leurs implications, afin que les opérateurs concernés disposent en temps utile de toutes les informations nécessaires à l'élaboration de leurs projets. Les premiers résultats de la planification seront ainsi publiés au plus tard avant la fin du premier semestre 2001, et les suivants au fur et à mesure de leur aboutissement.

- Le délai entre la publication des fréquences dédiées au numérique ou les réaménagements de fréquences induits et le démarrage effectif des programmes sera en pratique suffisant pour que les acteurs concernés, et en particulier les diffuseurs techniques et les câblo-distributeur, puissent prendre en compte les implications de ces nouveaux plans de fréquences zone par zone.

▪ *L'utilisation de la ressource*

- L'objectif de la planification conduite par le CSA est de déployer 6 multiplex.

Si une ou des fréquences supplémentaires apparaissent disponibles dans certaines zones, le CSA étudiera les différentes utilisations possibles de cette ressource, en numérique ou en analogique.

- Le CSA rappelle l'importance qu'il attache au développement de la télévision de proximité. Il étudiera, zone par zone, les solutions d'architecture du réseau et de sites d'émission les plus adaptées pour remplir cet objectif auquel une partie significative de la capacité sera spécifiquement dédiée. Dans l'immédiat, la planification opérée avec l'utilisation prioritaire des points hauts actuels permet de garantir cet objectif et de conserver toute latitude pour dessiner, en temps utile, une architecture de réseau local mieux adaptée.

- Le CSA constate que les expertises des acteurs consultés divergent sur l'exploitation du débit de 24 mégabits/seconde prévu pour chaque fréquence (correspondant à la norme DVB-T retenue en Europe), et plus précisément sur les besoins en débit des services de télévision d'une part, des données d'accompagnement et des services interactifs d'autre part. Cette question centrale nécessite manifestement une poursuite des recherches et des expérimentations. Celle-ci est sans incidence sur les travaux de planification engagés. Le Conseil rappelle que son objectif est en tout état de cause de permettre la diffusion d'un nombre maximal de programmes tout en garantissant la qualité technique.

- Concernant les services interactifs, le CSA entend privilégier les services directement associés aux programmes audiovisuels plutôt que les services autonomes, sans pour autant les exclure *a priori*. Le CSA appelle toutefois l'attention du Gouvernement et du législateur sur le fait que les articles 30-1-6^e et 28 de la loi de 1986 nouvellement modifiée ne visent que le cas des données proposées par les éditeurs de services de télévision, qu'elles soient associées ou non à des programmes. Il est pourtant souhaitable que des éditeurs indépendants de services interactifs puissent également se porter candidats à l'utilisation de la ressource numérique.

▪ *Le déploiement des réseaux dans l'espace et dans le temps*

- L'intérêt général commande que l'ensemble de la population bénéficie d'une offre de programmes élargie par rapport à la réception analogique actuelle.

Néanmoins, pour la télévision numérique terrestre, le Conseil constate, comme la grande majorité des acteurs, que le taux de desserte de la population qui peut être rapidement atteint dans des conditions techniques et économiques acceptables s'élève à environ 85% de la population.

Les réseaux analogiques actuels de Canal+, La Cinquième/Arte et M6 se limitent aujourd'hui approximativement à ce taux de couverture, tandis que les réseaux « historiques » de TF1, France 2 et France 3 atteignent environ 99% de couverture avec l'utilisation de plusieurs milliers d'émetteurs pour chacun d'eux.

- Le CSA visera donc, dans la planification, à atteindre ce taux de 85%. Il propose que soient étudiées, avec les pouvoirs publics et tous les acteurs concernés, les solutions d'extension du réseau numérique ou d'utilisation d'autres supports permettant d'assurer à l'ensemble de la population une offre de programmes élargie.

- Sur le calendrier de déploiement des réseaux numériques et de lancement effectif des nouveaux programmes, le CSA constate en premier lieu qu'il implique des décisions et des actions relevant de plusieurs catégories d'acteurs. Ainsi en est-il du Gouvernement (pour la publication des textes d'application prévus par la nouvelle loi, ainsi que pour la définition du périmètre du service public bénéficiant d'un droit d'usage prioritaire des capacités numériques), des éditeurs qui seront autorisés sur une même fréquence (pour la proposition d'un distributeur technique commun), des éditeurs autorisés à diffuser des programmes cryptés (pour la conclusion d'accords sur l'interopérabilité des systèmes d'accès conditionnel), des industriels et distributeurs d'équipements de réception (pour la mise sur le marché de ces équipements aux normes adaptées), des diffuseurs techniques (pour la formation de leurs offres commerciales, l'installation et la mise en œuvre de leurs équipements, dans le respect du libre exercice de la concurrence).

Pour sa part, le Conseil assumera les responsabilités que la loi lui confie, avec la volonté de permettre un déploiement rapide des réseaux et le démarrage effectif des programmes sur une couverture significative de la population.

Le CSA publiera avant la fin du premier semestre 2001 une première liste de fréquences dédiées au numérique, et lancera les premiers appels à candidatures pour l'exploitation des capacités disponibles. Les délais consécutifs - réponse des candidats, puis instruction des dossiers de candidature, présélection de candidats, négociation et signature des conventions, délivrance des autorisations à ces éditeurs, et enfin délivrance des autorisations aux distributeurs techniques après propositions des éditeurs réunis sur une même fréquence - représentent une période de temps incompressible de 14 mois après la date de lancement des appels à candidatures.

Dès lors, il peut être à ce jour envisagé un lancement effectif des programmes sur le nouveau réseau avant la fin de l'année 2002, avec une couverture potentielle de l'ordre de 70% de la population.

- Le CSA estime souhaitable qu'il y ait simultanément du lancement des programmes proposés par le service public et par le secteur privé, pour des raisons d'équité entre acteurs, d'attractivité et d'efficacité de l'offre faite au public, et enfin du fait que les distributeurs techniques devront, aux termes de l'article 30-2 de la loi de 1986 modifiée, être proposés conjointement au CSA par les éditeurs exploitant une même fréquence.

La création d'une commission d'experts techniques

Cette consultation a mis en valeur l'intérêt fondamental du partage des connaissances scientifiques et des bilans techniques de chacun. Le Conseil a donc immédiatement proposé et mis en place une commission d'experts techniques réunissant sous l'égide de sa direction technique les ingénieurs de toutes les entreprises concernées et des pouvoirs publics. La commission s'est donnée pour objet d'approfondir trois sujets :

- l'optimisation de la portabilité, c'est-à-dire les moyens d'accroître la capacité à recevoir parfaitement les programmes sur un téléviseur à partir d'une antenne intérieure, directement posée sur celui-ci ou même intégrée ;
- la définition consensuelle des caractéristiques des signaux diffusés, celles-ci ayant notamment un fort impact sur le nombre de programmes de télévision portés par chaque multiplex et sur la fabrication des équipements de réception ;
- la fixation des conditions techniques assurant l'interopérabilité des systèmes de réception, en préparation de l'arrêté interministériel prévu par la loi du 1^{er} août 2000.

L'avancement de la planification

Le vaste chantier de la planification des fréquences numériques, ouvert par les services techniques du Conseil dès 1999, s'est bien sûr poursuivi et amplifié tout au long de l'année 2000, parallèlement aux procédures de consultation précédemment décrites. L'équipe spécialement affectée a été renforcée par le recrutement et la formation de nouveaux collaborateurs. Les recherches de fréquences assistées par de lourds moyens informatiques et suivies des mesures de validation sur le terrain s'accompagnent des actions de coordination internationale avec les administrations de tous les pays européens potentiellement touchés par l'utilisation des futures fréquences numériques, ou réciproquement demandeurs d'agrément français pour les fréquences exploitables sur leur territoire. A fin décembre 2000, cette coordination internationale faisait l'objet de plus de 2000 dossiers ouverts, dont environ 800 pour les demandes françaises, et 1300 au bénéfice des administrations étrangères.

Le Conseil a confirmé que ses travaux visaient à obtenir la planification d'une trentaine de sites principaux (pour une couverture d'environ 50% de la population française) à la fin du premier semestre 2001 complétée par 30 autres sites à la fin du premier trimestre 2002 et par une nouvelle série de 30 sites à fin 2002, l'objectif visé pour la télévision numérique terrestre étant d'aboutir à terme à un taux de couverture de 85% de la population.

La poursuite des études techniques

Outre les sujets précédemment évoqués (planification, portabilité, caractéristiques des signaux, interopérabilité), plusieurs questions techniques nécessitent encore des approfondissements. Tel est le cas de l'architecture optimale à retenir pour le réseau d'émetteurs numériques afin d'assurer la plus large diversité de dessertes locales et favoriser ainsi l'émergence de la télévision locale. L'attention du Conseil se porte également sur les réaménagements induits sur les fréquences analogiques et les modalités de leur prise en charge, sur les interférences techniques risquant d'affecter des réseaux câblés, sur les moyens d'étendre au-delà de 85% de la population la couverture du nouveau réseau ou de le compléter par des modes de distribution alternatifs, ou encore sur les conditions satisfaisant le développement futur de la réception mobile.

La définition du cadre juridique

La loi du 1^{er} août 2000 a fixé les principes et principales modalités du déploiement de la télévision numérique de terre.

Le législateur a confié au régulateur la responsabilité de dessiner un nouveau paysage audiovisuel par l'attribution des capacités et l'accompagnement du développement du nouveau réseau numérique, qui se substituera à terme au réseau analogique.

La publication d'une « *première liste de fréquences* » dans un délai d'une année après la promulgation de la nouvelle loi (soit avant le 1^{er} août 2001) permettra au Conseil d'engager effectivement la procédure d'attribution des capacités numériques.

Dès septembre 2000, et maintes fois depuis, le Conseil a toutefois alerté le Gouvernement sur l'importance et l'urgence des décrets devant accompagner la loi, ainsi que sur quelques incertitudes d'interprétation ou difficultés d'application de ladite loi. Il lui est apparu ainsi que le Conseil ne saurait valablement lancer l'appel national aux candidatures, ou que les éditeurs ne sauraient y répondre, sans une série de décisions, dont certaines d'ordre

réglementaire ou législatif. Ainsi en est-il de la détermination des canaux « réservés » au titre de l'article 26 au bénéfice de nouvelles chaînes répondant à des missions de service public (cf. *infra*), et de la fixation des obligations de production et de diffusion d'œuvres audiovisuelles et cinématographiques. Par ailleurs, le Conseil a relayé auprès du Gouvernement l'inquiétude des groupes privés historiques concernant le maintien, pour les futures chaînes numériques, du plafonnement à 49% du capital détenu par un même actionnaire, obligeant dès lors ces groupes à céder la majorité du capital de chaînes thématiques qu'ils détiennent aujourd'hui s'ils désirent bénéficier d'une autorisation en numérique terrestre.

L'attribution automatique de capacités pour le secteur public

Comme le prévoyaient déjà des dispositions analogues de l'article 26 de la loi de 1986 pour les fréquences analogiques, il peut être exercé un droit de priorité auprès du CSA pour que celui-ci attribue des capacités numériques aux sociétés France 2, France 3, La Cinquième, Arte et La Chaîne Parlementaire.

La même disposition s'applique à de futures filiales de France Télévision « *ayant pour objet d'éditer des services de télévision diffusés en mode numérique ne donnant pas lieu au paiement d'une rémunération de la part des usagers et répondant à des missions de service public* ». Les missions et obligations de ces filiales seront définies par un cahier des charges fixé par décret. Ces sociétés seront incluses dans le contrat d'objectifs et de moyens de France Télévision et pourront recevoir une partie de la redevance répartie par France Télévision.

Le CSA sera donc amené à attribuer en priorité des canaux numériques aux chaînes publiques, et, par l'effet d'une autre disposition de l'article 26, devra « *veiller à regrouper sur une ou plusieurs fréquences* » les services bénéficiaires. Ces chaînes publiques seront donc, sauf nécessité contraire, rassemblées au sein de mêmes multiplex.

A contrario, d'éventuels autres projets de chaînes publiques ne répondant pas aux conditions précitées (notamment la gratuité et l'accomplissement d'une mission de service public) pourront s'inscrire dans la procédure de droit commun des appels aux candidatures prévus au nouvel article 30-1 de la loi de 1986. L'attribution de capacités numériques en leur faveur sera alors examinée par le CSA au regard des mêmes critères généraux que ceux énoncés par la loi pour les candidatures du secteur privé (cf. *infra*).

Les appels aux candidatures

Les autres canaux seront attribués après lancement d'appels aux candidatures, nationaux et locaux, et après audition publique des candidats (qui pourront être constitués en société ou en association, ce dernier cas étant une nouveauté importante de la loi).

Les chaînes hertziennes nationales préexistantes (TF1, Canal+ et M6) bénéficient d'une priorité d'accès au réseau numérique terrestre pour la reprise intégrale et simultanée de leur programme. Ces trois services, qui maintiendront parallèlement leur diffusion analogique, se verront donc attribuer un canal numérique pour le *simulcast* de leur programme, dans les mêmes conditions de mise à disposition auprès du public (en clair pour TF1 et M6, en crypté pour Canal+, sauf périodes en clair autorisées par sa convention), et si, bien sûr, elles en font la demande.

La même disposition s'appliquera aux chaînes hertziennes locales autorisées au jour de la promulgation de la nouvelle loi (1^{er} août 2000), bénéficiant ainsi à une demi-douzaine de sociétés.

Les éditeurs de chaînes privées nationales hertziennes pourront également bénéficier chacun prioritairement d'un second canal pour la diffusion d'un service de télévision répondant par ailleurs aux impératifs et critères définis par la loi et à condition que le service soit édité par une personne morale distincte.

Conformément à la loi, le CSA pourra, sans attendre l'achèvement des travaux de planification permettant de connaître l'ensemble des fréquences utilisables en numérique sur le territoire, sélectionner des services nationaux lors d'un premier appel aux candidatures ne concernant qu'une partie du territoire, ces services autorisés étendant ensuite progressivement leur zone de diffusion au fur et à mesure de la disponibilité des fréquences et de la numérisation du réseau sans autre appel aux candidatures. Cette extension naturelle s'effectuera en effet selon « *les engagements du candidat en matière d'extension de la couverture du territoire* » qui auront été repris dans la convention signée avec le CSA.

Les candidats nationaux comme locaux devront constituer un dossier de candidature, précisant notamment (articles 30 et 30-1) les caractéristiques générales du service et du programme (et, pour les services à vocation locale, la part de la programmation réservée à l'expression locale), les prévisions de dépenses et de recettes, l'origine et le montant des financements, la composition du capital, des organes dirigeants et des actifs de cette société ainsi que de la société qui la contrôle (la liste des dirigeants et adhérents pour une association), les caractéristiques techniques, les zones géographiques de diffusion et, pour les services à vocation nationale, les engagements en matière de couverture du territoire, les modalités de commercialisation et tout accord relatif au système d'accès sous condition si le service est crypté, le besoin en bande passante pour la diffusion, les propositions éventuelles du candidat relatives à la fréquence et au regroupement technique ou commercial de son service avec d'autres, les données associées au programme de télévision, et enfin les engagements en matière de délai de mise en exploitation du service.

Les critères de sélection

Les choix du CSA ne sont évidemment pas discrétionnaires. Hors les attributions prioritaires rappelées ci-dessus, ils s'effectuent par la prise en compte d'une combinaison de critères prévus par la loi à l'article 30-1 pour la télévision numérique terrestre, celui-ci faisant expressément référence aux critères contenus aux articles 29 et 30 pour la télévision et la radio analogiques.

En premier lieu, la nécessité d'assurer un pluralisme de l'expression comme des opérateurs est soulignée de diverses manières par la loi. Le Conseil apprécie « *l'intérêt de chaque projet pour le public, au regard des impératifs prioritaires que sont la sauvegarde du pluralisme des courants d'expression socioculturels, la diversification des opérateurs, et la nécessité d'éviter les abus de position dominante ainsi que les pratiques entravant le libre exercice de la concurrence* » (article 29). Cette disposition est prolongée par l'impératif de pluralisme d'opinion et d'expression politique : « (Le CSA tient également compte) *pour les services dont les programmes comportent des émissions d'information politique et générale, des dispositions envisagées en vue de garantir le caractère pluraliste des courants de pensée et d'opinion, l'honnêteté de l'information et son indépendance à l'égard des intérêts économiques des actionnaires (...)* » (article 29). Le CSA, dit aussi l'article 30-1, « *favorise les services (...) contribuant à renforcer la diversité des opérateurs ainsi que le pluralisme de l'information, tous médias confondus* », tout en prenant en compte « *l'expérience acquise par le candidat dans les activités de communication* ».

Pour garantir encore mieux la diversification des opérateurs, la loi a prévu qu'un même éditeur privé ne pourra pas se voir attribuer plus de 5 canaux de télévision numérique nationale (article 41). Un ensemble complexe d'autres dispositions limite par ailleurs la concentration, à l'échelon local comme national, sur le terrain de la télévision d'une part, et sur le terrain multimédia d'autre part, en prenant en compte les activités des opérateurs en matière de radio, de télévision et de presse.

Le Conseil doit également apprécier l'intérêt des projets au regard des engagements « *en matière de production et de diffusion d'œuvres audiovisuelles et cinématographiques* ». L'effort des éditeurs en faveur de la production nationale et européenne, au-delà des minima réglementaires définis par décret, participera ainsi du processus de sélection et s'inscrira bien entendu dans la convention conclue avec le CSA.

Par ailleurs, le CSA, qui « *tient compte de la nécessité d'offrir des services répondant aux attentes d'un large public et de nature à encourager un développement rapide de la télévision numérique de terre* » (...), « *favorise les services ne faisant pas appel à une rémunération de la part des usagers* », mais ceci « *dans la mesure de leur viabilité économique et financière notamment au regard de la ressource publicitaire* ».

Enfin, le Conseil doit tenir compte « *des engagements du candidat en matière de couverture du territoire* », « *de la cohérence des propositions formulées en matière de regroupement technique et commercial avec d'autres services et en matière de choix des distributeurs de services, ainsi que de la nécessité d'offrir des services répondant aux attentes d'un large public et de nature à encourager un développement rapide de la télévision numérique de terre* ». Il devra également tenir compte « *du financement et des perspectives d'exploitation du service proposé* ».

Capacité de répondre aux attentes d'un large public, diversification des opérateurs et des services, sauvegarde du pluralisme, engagements en matière de production et de diffusion ainsi qu'en matière de couverture du territoire, cohérence et crédibilité du projet apparaissent ainsi comme les caractéristiques majeures du paysage numérique terrestre que le CSA est appelé à dessiner.

La distribution technique et commerciale des services

La loi du 1^{er} août 2000 contient également des dispositions spécifiques sur les distributeurs techniques et commerciaux des services numériques et confie au Conseil d'importantes prérogatives en la matière.

Après la délivrance des autorisations (chaînes privées) ou des droits d'usage de la ressource radioélectrique (chaînes publiques), les éditeurs appelés à partager une même fréquence (donc un même multiplex) proposeront conjointement au CSA, dans un délai de deux mois après leur autorisation, « *une société distincte chargée de faire assurer les opérations techniques nécessaires à la transmission et à la diffusion auprès du public de leurs programmes* ». Ce « *distributeur de services* », gestionnaire du multiplex, se verra alors délivrer une autorisation du CSA, au regard du dossier technique et financier qu'il présentera, et se verra assigner la ressource radioélectrique correspondant à sa mission.

Le contrôle exercé à ce stade par le Conseil, puis ultérieurement pendant toute la durée de l'autorisation, garantira le respect des normes techniques prédéfinies et une parfaite équité de traitement envers tous les éditeurs autorisés sur le même multiplex.

Par ailleurs, la commercialisation auprès du public des programmes des éditeurs de services autorisés sera également assurée par une société distincte. Cet autre « distributeur de services » devra préalablement effectuer une déclaration auprès du CSA, en déposant un dossier comportant diverses informations exigées par la loi.

Enfin, le CSA pourra être saisi par toute partie concernée « *de tout litige portant sur les conditions techniques et financières relatives à la mise à disposition auprès du public de services de communication audiovisuelle par voie hertzienne terrestre en mode numérique* ».

Les décisions prises par le Conseil dans le cadre de ce nouveau pouvoir d'arbitrage seront susceptibles de recours devant la cour d'appel de Paris.

L'analyse économique et stratégique du dossier

Le régulateur a la responsabilité de conduire la révolution de la télévision numérique terrestre en veillant à l'harmonie du système audiovisuel et à la préservation des grands équilibres économiques. Le Conseil a donc engagé d'importants travaux d'études et de réflexion visant à éclairer l'avenir et à assister ses prises de décision.

L'exemple des pays étrangers a constitué une première source d'information et d'analyse. La plupart des grands pays européens s'engagent en effet dans une même réforme et programment l'extinction à terme de la diffusion analogique. La télévision numérique terrestre est déjà opérationnelle au Royaume-Uni, en Espagne et en Suède, tandis que l'Italie et le Portugal en sont, comme la France, au stade préparatoire au lancement. Dans quelques autres régions, comme l'Allemagne et le Bénélux, où l'immense majorité des foyers reçoit la télévision par câble ou satellite, le principe de l'extinction à terme du réseau hertzien analogique est tout autant acquis, mais l'usage à donner au futur réseau numérique reste en débat.

La réflexion du Conseil a ensuite été enrichie par les nombreuses auditions conduites dans le cadre du groupe de travail sur l'audiovisuel numérique animé par Pierre Wiehn. Des réunions ont été organisées avec les représentants des diffuseurs techniques (TDF, Sogetec/Towercast, BT France), des éditeurs (TF1, France 2, France 3, Canal+, M6), des industriels (Simavelec, Alcatel) et des administrations (SJTIC/DDM pour le ministère de la culture et de la communication, DIGITIP pour le secrétariat d'État à l'industrie, DATAR pour le ministère de l'aménagement du territoire et de l'environnement).

En France, les opérateurs « historiques » de l'hertzien analogique, du câble et du satellite se méfient naturellement de la création de l'offre concurrentielle portée par ce nouveau réseau : dans les foyers français aujourd'hui équipés en câble ou satellite, l'ensemble des chaînes historiques abandonne 30% de part de marché (d'audience) aux chaînes concurrentes dites « thématiques ». Cet impact se traduit au niveau national, sur l'ensemble du bassin de population française, par une diminution de près de 10% de l'audience des grandes chaînes. Une généralisation à l'ensemble des foyers français d'une offre télévisuelle élargie, par le biais du réseau numérique terrestre, est donc redoutée.

Ces chaînes historiques ont toutefois anticipé cette érosion de leur audience et de leurs recettes en prenant de fortes positions opérationnelles dans les vecteurs concurrents (le câble et le satellite) et en y éditant des chaînes thématiques dont la plupart enregistrent d'honorables succès d'audience.

Ces éditeurs, tout comme les opérateurs du câble et du satellite, font valoir que les investissements considérables consentis ces dernières années pour le développement de ces vecteurs et de ces services exigent encore un délai d'amortissement de plusieurs

années, peu compatible avec le lancement concurrentiel d'un nouveau mode de diffusion et l'émergence de nouveaux acteurs.

En revanche, quelques entreprises du secteur de la communication audiovisuelle espèrent être les « nouveaux entrants » bénéficiaires de l'avènement du numérique terrestre. Tel est le cas d'éditeurs de chaînes thématiques jusqu'ici confinés au câble et au satellite, où ils sont souvent soumis au contrôle opérationnel de groupes concurrents et estiment parfois souffrir des conditions d'accès et de rétribution imposées par ces derniers.

L'ouverture du nouveau réseau numérique terrestre peut aussi bénéficier aux entreprises des segments industriel et technique de la filière : des diffuseurs techniques français et européens concurrents de l'opérateur national dominant espèrent y gagner des parts de marché, et les industriels de l'électronique grand public peuvent y trouver un relais de croissance significatif.

Conscient des nombreuses incertitudes encore existantes, le Conseil a engagé en septembre 2000 un travail de modélisation économique du développement du numérique terrestre, assisté par un cabinet d'études réputé sur le secteur de l'audiovisuel et des télécommunications. L'outil informatique livré à l'issue de ce travail lui permet de se livrer à des simulations de marché, d'évaluer des potentiels de ressources de publicité et d'abonnement, d'identifier les scénarios les plus favorables au développement rapide du réseau numérique terrestre, et d'avoir une première approche des délais de rentabilisation des investissements des chaînes.

Il reste qu'un tel travail d'études souffre nécessairement de la fragilité des hypothèses et paramètres retenus à ce stade de connaissance. Il peut donc être considéré comme un outil d'aide à la réflexion et de base de dialogue avec les opérateurs, et non comme une prévision devant fixer la conduite du Conseil.

La concertation, encore et toujours, avec tous les acteurs concernés et dans une recherche permanente de l'intérêt du public, reste le moyen privilégié de la régulation du secteur.

IX - Les relations extérieures

Les études

Les publications

1 - Les relations extérieures

Relations avec le Parlement

Le Conseil veille à informer les parlementaires de ses principales décisions et réflexions. La direction de la communication et des études adresse régulièrement aux présidences de l'Assemblée nationale et du Sénat, aux présidences des groupes politiques et aux présidences des commissions parlementaires concernées, les communiqués, rapports, études et bilans publiés par le Conseil ainsi que *La Lettre du CSA*. Elle assiste aux débats publics des assemblées sur les questions audiovisuelles.

Au mois de juin 2000, le président du CSA a présenté le rapport d'activité pour 1999 aux présidents des deux assemblées.

Le président et plusieurs membres du Conseil ont répondu à l'invitation de parlementaires qui les ont conviés à s'exprimer lors de colloques ou d'auditions.

Relations avec la presse

L'information sur les activités et les décisions du Conseil est largement diffusée et expliquée.

Le service de presse a ainsi poursuivi des relations quotidiennes avec les journalistes, répondant aux demandes les plus variées sur l'activité du Conseil ou plus généralement sur le secteur audiovisuel, et a notamment assuré le suivi médiatique des décisions du Conseil. 28 communiqués de presse et plus de 50 autres documents d'information (notamment les discours et textes d'interventions publiques du président, les études et rapports du Conseil), ont ainsi été diffusés auprès de la presse, des institutions et des grandes entreprises du secteur, et relayés sur le site Internet. On relève chaque jour, en moyenne, une dizaine d'articles de presse grand public consacrés ou faisant référence à l'activité du CSA.

Le rendez-vous mensuel avec la presse, mis en place depuis mai 1998, a été poursuivi avec un succès de participation égal. Cette conférence de presse, organisée à l'occasion de la parution mensuelle de *La Lettre du CSA*, permet d'exposer plus directement les travaux et décisions du Conseil, de répondre de manière ouverte à toute question d'actualité, et de développer les échanges d'information entre les journalistes et le président, les membres du Conseil et les représentants des services.

Relations publiques

Le Conseil a participé à de nombreux salons professionnels, tels que le Mip-TV, le Mipcom, Médiaville, Antenne 2000, le Salon international de la radio, l'Université d'été de la communication...

Relations internationales

Outre les délégations participant à l'EPRA, le Conseil a accueilli dans ses locaux 60 délégations étrangères en provenance du monde entier (cf. annexe 39).

<i>Europe de l'ouest</i>	5
<i>Europe de l'Est</i>	3
<i>Amérique du Nord</i>	4
<i>Amérique du Sud</i>	6
<i>Afrique</i>	28
<i>Proche-Orient</i>	5
<i>Asie</i>	8
<i>Océanie</i>	1

Ces délégations se sont le plus souvent entretenues avec le président, les membres et les directions, en fonction de leurs demandes d'information.

Les échanges ont particulièrement porté sur les thèmes suivants : le CSA (son statut, son organisation, ses compétences), la régulation de la télévision, de la radio et de l'Internet en France, le contrôle du pluralisme et des élections, la protection de l'enfance et de l'adolescence.

Par ailleurs, le Conseil s'est déplacé, aussi souvent que nécessaire, dans les réunions internationales touchant directement à son domaine d'activité. Le président a ainsi effectué plusieurs missions officielles à l'étranger à l'invitation d'instances de régulation ou d'organismes Gouvernementaux et non Gouvernementaux, par exemple en Algérie, au Cameroun et au Mali.

Des représentants se sont rendus en juillet à la réunion de Naples du Réseau des instances de régulation des pays méditerranéens, dont le Conseil assure le secrétariat permanent depuis sa fondation en 1997. Il a également activement participé aux réunions semestrielles de l'EPRA, plate-forme européenne des instances de régulation, en mai à Paris, en qualité d'hôte organisateur, puis en Slovaquie à l'automne.

Des conseillers et des représentants des services ont participé à plusieurs conférences et manifestations internationales, notamment en Europe de l'Est et en Afrique, où ils ont pu témoigner de l'expérience française et mesurer la vitalité du secteur de l'audiovisuel à travers le monde, et particulièrement dans les pays émergents.

Les rencontres tripartites régulières qui réunissent depuis 1996 les services du CSA, de l'ITC britannique et de la DLM allemande se sont poursuivies, en 2000 à Berlin, au mois de juin.

Les services du Conseil ont également participé aux réunions du Comité de contact de Bruxelles, chargé de traiter les éventuelles difficultés d'application des réglementations européennes en matière d'audiovisuel et les questions qu'elles soulèvent.

Relations avec les téléspectateurs

COURRIERS DES TÉLÉSPECTATEURS

Les lettres adressées au Conseil par le grand public formulent, année après année, des plaintes et des demandes semblables⁽¹⁾.

La grande majorité d'entre elles portent sur les programmes des chaînes de télévision. Le Conseil répond qu'il ne peut intervenir dans un domaine qui relève de la liberté et de la responsabilité des diffuseurs. Le plus souvent, les auteurs de ces lettres ignorent ou surestiment son rôle et ses pouvoirs.

Le courrier le plus fréquent exprime des observations sur l'offre de programmes des chaînes nationales. Il émane essentiellement de personnes âgées, en majorité des femmes, qui ne disposent pas d'abonnement à Canal+ ou à des chaînes du câble ou du satellite et qui possèdent rarement un magnétoscope. Certaines habitent dans des régions où les cinquième et sixième canaux ne peuvent pas être captés.

Ces téléspectateurs protestent par exemple contre le nombre important de rediffusions dans leur domaine de prédilection qu'est la fiction, et plus encore en été. D'autres déplorent la place trop importante de films américains et du sport.

Le Conseil, sans prendre la défense des programmeurs, fait observer qu'une œuvre cinématographique régulièrement rediffusée permet de toucher au fur et à mesure les jeunes générations. Il reste que ces publics aspirent eux-mêmes à revoir certaines œuvres parmi le répertoire des vieux films français souvent en noir et blanc, que les chaînes nationales diffusent de moins en moins.

Beaucoup de ces téléspectateurs ignorent aussi les restrictions réglementaires en matière de programmation de cinéma, les mercredi, vendredi et samedi. Le Conseil leur précise, que cela résulte de la volonté de protection de la fréquentation des salles consacrée par les textes à la suite d'accords passés entre les partenaires professionnels. Ce rappel peut être difficilement compréhensible par ceux qui sont confrontés à des difficultés physiques ou d'infrastructure pour se rendre au cinéma.

Un autre motif de mécontentement concerne les conditions de diffusion d'un film. On reproche le format de l'image, celle-ci étant jugée trop petite (si le format « scope » est respecté) ou tronquée (diffusion plein cadre). On dénonce aussi les interruptions publicitaires. Si celles-ci semblent intégrées dans les habitudes des téléspectateurs, quelques-uns s'indignent par exemple que le film de Martin Scorsese *Casino* soit tronçonné en trois parties sur TF1 (à cause de sa durée supérieure à 2 heures 30) ou que le service public imite le privé en coupant la diffusion de *Ben Hur* sur France 3 ou des *Misérables* sur France 2 (il s'agit pour ces films d'une interruption « naturelle » puisqu'ils étaient présentés en deux parties séparées par un entracte lors de leurs sorties en salle).

L'atteinte à l'intégrité d'une œuvre est également évoquée. La coupure de plans ou l'absence d'une scène particulière sont parfois dénoncées mais il s'agit le plus souvent d'une défaillance de la mémoire du téléspectateur. Enfin, plusieurs courriers mentionnent la pratique qui consiste à interrompre les génériques de fin des films.

⁽¹⁾ Ne sont repris dans ce chapitre que des courriers d'ordre général. Ceux portant spécifiquement sur la protection du jeune public et le pluralisme sont traités dans le chapitre VI.

La tendance actuelle à vouloir capter les jeunes publics conduit à des modifications de l'offre qui contrarient également les téléspectateurs les plus âgés. Ainsi, la décision des dirigeants de France Télévision d'arrêter en fin d'année l'émission quotidienne de Pascal Sevran, *La Chance aux chansons*, après seize ans d'existence, a produit une vague importante de lettres de protestations. Nostalgiques d'émissions bon enfant, des téléspectateurs expriment aussi leurs regrets d'animateurs passés, comme Jacques Martin ou Patrick Sabatier.

Les critiques se concentrent le plus souvent sur les chaînes publiques France 2 et France 3. Dans certaines lettres, quelques programmes de TF1 leur sont même imputés... En effet, la référence à la redevance de l'audiovisuel constitue le point d'appui de nombreuses plaintes de téléspectateurs. Ils affirment qu'avoir acquitté la taxe leur donne le droit de se plaindre et de faire valoir leurs attentes. Quelques déclarations de députés auxquelles la presse a donné un large écho, suggérant la suppression de la redevance, a suscité chez certains beaucoup d'espoir.

Presque aussi fréquente est la réaction indignée ou désolée devant l'évolution rapide des mœurs. Les thématiques violentes ou sensuelles des fictions sont évoquées, mais c'est surtout la trivialité de nombreux fantaisistes et animateurs qui fait réagir. Citons, à titre d'exemples, *Les Nuls* auxquels TF1 a consacré un hommage pour la crudité de certains sketches ; Elie Sémoun et Dieudonné, la rubrique de Michel Muller dans *Fallait pas l'inviter* sur Canal+.

Des fantaisistes comme Laurent Baffie et Laurent Ruquier, des animateurs comme Arthur, Nagui, Bruno Gaccio et Christine Bravo, pour leur langage, ou encore Michel Drucker, pour sa complicité avec ses invités, sont également critiqués. La formule de *Vivement Dimanche*, qui accueille régulièrement des personnalités politiques, est souvent déplorée. Des sympathisants du Front national estiment que leurs élus ou leurs idées y sont frappés d'ostracisme. D'autres se disent choqués par les propos qu'ils estiment marqués à gauche de Gérard Miller, l'un des intervenants de l'émission.

Le Conseil rappelle qu'il ne joue aucun rôle dans la carrière des professionnels, et ne peut pas non plus régenter les propos ou le langage, hors le respect de la langue française qui relève de sa mission. Tout en admettant que la fréquence des termes grossiers et des plaisanteries, entendus dans de nombreuses émissions de divertissement sur presque toutes les chaînes, indispose ou heurte une frange importante du public, il rappelle qu'il est en premier lieu le garant de la liberté d'expression.

Les protestations émises par des chrétiens, choqués par les plaisanteries sur leur foi ou déçus par le traitement des événements et des fêtes catholiques, demeurent nombreuses. Tel sketch des Robins des Bois ou de Laurent Gerra, tel propos entendu suscitent des réactions offensées. Ce fut le cas, après la diffusion d'un dessin représentant le Christ sur la croix, envoyé par un internaute dans l'émission *Nulle part ailleurs*. Le Conseil ne peut que répondre qu'il comprend de telles réactions, mais que les textes ne protègent personne contre la dérision et le mauvais goût.

Si de rares protestations ont accompagné la diffusion télévisée du film de Martin Scorsese, *La Dernière Tentation du Christ*, la déception semble avoir été grande devant la couverture, limitée à quelques reportages dans les journaux, des Journées mondiales de la jeunesse organisées à Rome, en août 2000.

Un autre sujet de plainte a concerné la diffusion de corridas. Sa simple évocation dans des reportages est considérée par beaucoup comme la promotion d'une activité « sanguinaire ». Ce genre de remarque est aujourd'hui en recul. Après avoir pensé qu'il pouvait entrer dans les prérogatives du Conseil de prendre position, les adversaires de la tauromachie ont sans doute fini par admettre que tel n'était pas le cas.

Des amis des bêtes se sont émus d'une séquence régulière de Canal+ intitulée « Société destructrice des animaux » au cours de laquelle des comédiens, les Robins des Bois, simulaient la mise à mort d'un chien, d'un chat ou d'un canari. Interrogée par le Conseil, la direction de Canal+ a souligné qu'il était « évident que pour ces sketches, aucun animal n'a été blessé ou maltraité, et qu'ils ont été remplacés par des faux pour les scènes finales, artifice qui était au demeurant visible à l'écran ».

Une autre critique apparue il y a plusieurs années régresse aussi : celle de personnes déplorant que le volume sonore de la musique couvre celui des dialogues. Les techniques de compression numérique et la difficulté de tester la balance des sons lors de la post-production de certains produits destinés à une réception monophonique se trouve à l'origine de ce défaut, certes plus gênant chez les personnes atteintes de déficience auditive. Constatant que la majorité des plaintes concernait le *sitcom* de TF1, *Les Feux de l'amour*, le Conseil s'est fait leur relais en écrivant à la chaîne pour lui demander d'y remédier. Depuis lors, le fond sonore a été revu à la baisse.

Certains thèmes connaissent des variations. Ainsi, la programmation tardive des émissions culturelles et des spectacles vivants sur les chaînes publique n'a donné matière qu'à quelques lettres. De même, la place jugée envahissante de la publicité, notamment en début de soirée, n'est plus aussi fréquemment relevée. L'annonce de la loi sur l'audiovisuel instituant la baisse progressive du volume horaire des messages publicitaires sur France 2 et sur France 3 a sûrement joué. Enfin, les courriers se plaignant des retards horaires ont été de plus en plus rares, conséquence des progrès constatés en ce domaine.

Les jeux télévisés laissent rarement insensibles. L'arrivée sur TF1 de *Qui veut gagner des millions ?* a suscité des remarques indignées par l'importance des sommes distribuées au regard du caractère facile des questions. Respectueux de la liberté des diffuseurs, le Conseil s'est refusé à toute prise de position.

2 - Les études

Les services du Conseil, et en premier lieu le service des études, conduisent des travaux d'analyse et de réflexion qui visent à répondre aux besoins internes. Ces travaux sont, pour l'essentiel, centrés sur les questions soulevées par les mutations actuelles des systèmes de communication, d'un point de vue descriptif et prospectif. Ils privilégient les angles économiques, financiers, réglementaires et sociologiques, tant sur les situations françaises qu'étrangères.

La nature même de ces recherches exige un échange permanent entre les services, ainsi qu'un partenariat avec un certain nombre d'organismes extérieurs ayant des compétences ou des moyens complémentaires, tant au niveau national (Centre national de la cinématographie, direction du développement des médias, ...) qu'international (instances de régulation, Observatoire européen de l'audiovisuel, Eurêka audiovisuel, ...).

La recherche d'informations oblige également à entretenir des relations régulières avec les opérateurs audiovisuels, les organismes interprofessionnels (CESP, IREP...) et de nombreux instituts spécialisés, auprès desquels sont acquis autant que de besoin les outils et études nécessaires aux analyses du Conseil (Médiamétrie, Secodip, Telescoop Conseil, Eurostaf, Idate, Écran total, ...).

Les travaux du Conseil ont particulièrement porté sur la télévision numérique terrestre, sur Internet et les nouveaux services, sur la production audiovisuelle et cinématographique, sur l'économie du câble et du satellite.

Une part significative de l'activité a été consacrée à la préparation du lancement de la télévision numérique terrestre. Sur le plan international, les situations vécues ou en émergence en Europe font l'objet d'une veille attentive, en particulier sur les terrains britannique, suédois et espagnol. Sur le plan national, un suivi quotidien de toutes les publications et manifestations traitant du numérique terrestre ainsi que de nombreux échanges avec les opérateurs de la filière permettent de rassembler l'information et de mettre en lumière les difficultés techniques, juridiques, économiques et stratégiques exigeant une résolution et, le cas échéant, l'intervention du CSA. Pour mieux appréhender la dimension économique du dossier, un outil de modélisation a été conçu au dernier trimestre 2000, avec l'institut Idate. Il permet de tester de nombreux scénarios de répartition des programmes et de prévoir leur devenir économique à l'horizon de dix années (cf. chapitre VIII).

Internet et les nouveaux services interactifs ont également constitué un sujet mobilisateur. Les services du Conseil, pour le compte du groupe de travail Nouvelles technologies et nouveaux services ont poursuivi les recherches sur les axes juridiques, techniques, sociologiques et économiques. A ce titre, la rédaction d'une série de monographies portant sur les Stratégies Internet des groupes de communication français a été entamée. Une veille technologique a été mise en place pour suivre l'émergence des nouvelles techniques et estimer leur impact sur la communication audiovisuelle, en suivant tout particulièrement le développement des nouveaux réseaux numériques, l'amélioration des techniques de diffusion vidéo sur Internet et l'offre et la consommation des services interactifs de télévision.

La production audiovisuelle et cinématographique fait l'objet d'une attention soutenue. Les bilans des chaînes en la matière, et notamment des télévisions thématiques et des services en paiement à la séance ont donné lieu à plusieurs notes d'études.

Une étude a été menée sur la politique de coproduction d'œuvres audiovisuelles des chaînes du câble, dont les principales conclusions ont été reprises dans *La Lettre du CSA* de novembre 2000. Ont également été réalisées des études très complètes sur la place du cinéma à la télévision.

La multiplication des conventionnements de chaînes thématiques françaises destinées à une distribution par câble, et la responsabilité du Conseil d'agréer les plans de services initiaux ou en modification l'amènent à s'intéresser aux conditions d'accès et aux politiques tarifaires appliquées par les câblo-opérateurs, tant à l'égard du public que des services qu'ils rémunèrent.

Le marché publicitaire et les audiences des médias font par ailleurs l'objet de suivis permanents, alimentés par la fourniture quotidienne, hebdomadaire ou mensuelle des données des instituts spécialisés.

Les médias de proximité sont un autre thème conduisant à réflexion, analyses et notes d'études.

En 2000, le Conseil a publié dans *La Lettre du CSA*, d'importants documents tels que "La Labélisation et le filtrage des sites Web", "Le Sport et la télévision", "Le Marché du câble" et "Les Chaînes thématiques en mutation numérique", issus des travaux d'étude qu'il avait conduits.

3 - Les publications

La Lettre du CSA

La Lettre du CSA est diffusée à quelque 3300 destinataires, parmi lesquels des parlementaires, des membres du Gouvernement et de l'administration, des professionnels de l'audiovisuel français et étrangers, des journalistes spécialisés, des ambassades, des universités et la plupart des instances de régulation étrangères.

La Lettre du CSA s'ouvre sur un éditorial du président. Le Dossier du mois est ensuite proposé au lecteur, qui peut trouver, dans les pages suivantes, l'ensemble de l'activité du mois précédent. Plusieurs rubriques achèvent la lecture : l'une porte sur la langue française ; une autre aborde l'actualité de la régulation audiovisuelle dans les pays étrangers ; une troisième mentionne les auditions et les visiteurs reçus au Conseil; une dernière, enfin, dresse la liste des textes publiés au Journal officiel.

En 2000, plusieurs grands sujets ont été traités par *La Lettre* comme la réponse du CSA au document d'orientation du Gouvernement sur la société de l'information, les nouvelles modalités d'évaluation du temps de parole des personnalités politiques à la télévision ou sur Radio France, les résultats d'un sondage CSA/Médiamétrie sur l'attitude des Français à l'égard de la signalétique jeunesse, la représentation des minorités visibles à la télévision, ainsi que les recommandations du CSA à propos des campagnes audiovisuelles sur le référendum de septembre 2000 et les élections municipales et cantonales de mars 2001.

La perspective de l'arrivée de la télévision numérique terrestre a donné lieu à plusieurs contributions. En novembre, *La Lettre* a publié les conclusions du CSA sur l'aménagement du spectre.

Le site Internet du CSA

Près de 55 000 visiteurs pendant l'année 2000, 123 000 visites, 702 000 pages vues : le site Internet du CSA s'impose de mois en mois comme un vecteur de communication essentiel. Sa troisième année d'existence voit sa fréquentation augmenter de 60% par rapport à l'année 1999. Ses visiteurs sont originaires de trente-huit pays, 45% venant du territoire français.

Les rubriques les plus consultées sont les décisions du Conseil et ses communiqués de presse. Une autre attente de plus en plus des internautes : la liste des liens proposés avec les sites des principaux opérateurs de radio et de télévision, les administrations concernées et les instances de régulation étrangères.

Le site présente aussi la composition, la nature et le rôle du Conseil, informe des procédures à suivre pour obtenir une autorisation de diffuser, dresse la liste des publications disponibles et donne accès à l'ensemble des interventions publiques du président.

Un moteur de recherche, avec mots-clés, facilite la navigation. Des forums de discussion permettent aux internautes d'apporter leur contribution et une photothèque propose le téléchargement de photos des membres ou de l'activité des services.

Enfin, plusieurs documents majeurs ont été ajoutés pendant l'année et sont accessibles dès la page d'accueil : la version consolidée de la loi du 30 septembre 1986 et, en raison des précisions apportées par la loi du 1^{er} août 2000 sur les quotas de chansons francophones à la radio, les listes des artistes confirmés et des nouvelles productions françaises, l'une et l'autre réactualisées périodiquement.

Les publications de l'année 2000

La loi du 1^{er} août 2000 a conduit le Conseil à actualiser les brochures d'information qu'il propose depuis plusieurs années.

« La Loi du 1^{er} août 2000 » consolidée est parue en septembre. Mise en ligne sur le site CSA.fr, sa version papier comprend un index fortement enrichi.

Dans l'attente de la parution du nouveau décret « câble », une version intermédiaire de la brochure qui lui est consacrée est sortie en décembre :

- Tome 1 : « Câble et Satellite - Les Programmes ».
- Tome 2 : « Câble et Satellite - Les Supports ».

Le document, « Les Services d'expression française conventionnés et distribués par câble » sorti également en décembre, regroupe toutes les informations disponibles sur le sujet.

« La Publicité à la radio et à la télévision » a également fait l'objet d'une mise à jour en octobre, de même que « La Protection de l'enfance et de l'adolescence » dans ses deux versions, française et anglaise.

Comme chaque année, le Conseil a publié les bilans des chaînes nationales hertziennes publiques (France 2, France 3, La Cinquième) et privées (TF1, M6, Canal+), des radios publiques (Radio France, RFI), ainsi que de Réseau France Outre-mer (RFO). Ces bilans sont établis à partir du contrôle effectué par les services du Conseil et des données fournies par les sociétés elles-mêmes. Ils font l'objet d'un examen contradictoire en assemblée plénière et donnent lieu ensuite à un communiqué.

« L'Année 1999 des grandes chaînes nationales hertziennes » regroupe les bilans en un seul document comparatif. En y incluant aussi celui d'Arte-France, pour laquelle le Conseil n'a pas de mission de contrôle, c'est toute l'activité financière et éditoriale des grandes chaînes nationales hertziennes qui est présentée dans cette publication.

Le cinéma est également un secteur auquel le Conseil porte une attention particulière tant en matière de diffusion que de production. Deux études parues l'une en février et l'autre en décembre examinent sa place à la télévision et sur le câble. Elles couvrent les années 1998 et 1999 pour la première, les années 1996, 1997 et 1998 pour la seconde. Si « Le Cinéma à la télévision » existe depuis 1990, « Le Cinéma sur le câble » est une première. Compte tenu de la place prise par l'offre de films sur les chaînes thématiques du câble, l'explosion des

chaînes de cinéma et le développement des services de paiement à la séance, une étude spécifique s'imposait.

Le cédérom qui propose la liste des émetteurs de télévision autorisés en France (arrêtée le 4 avril 2000) est une autre première. Il vient remplacer le volumineux document papier et a l'avantage de pouvoir être mis à jour aisément.

Comme en 1999, plusieurs auditions publiques de candidats à l'exploitation d'une télévision locale hertzienne se sont tenues. Chacune d'elles a fait l'objet d'une publication. Il s'agit des projets suivants :

- Projets S.V.C. Agence et Production-Canal 88 (Remiremont)
- Projets Alpes 1 TV et Sitcom-Canal Menton (Gap et Briançon)
- Projets TV 37, Télé 102, TVL et Sitcom-Canal Menton (agglomération de Tours)
- Projet Canal 32 (Troyes)

L'audition, le 22 août, de M. Marc Tessier, candidat au renouvellement de son mandat à la présidence du holding France Télévision, a été, elle aussi, publiée. Toutes ces auditions sont disponibles au centre de documentation du Conseil.

Le centre de documentation

En premier lieu destiné aux besoins propres du Conseil, le centre de documentation a pour vocation de mettre à la disposition du collège et des directions un important fonds documentaire constitué de dossiers thématiques, de rapports, d'ouvrages, de collections de la presse spécialisée concernant la communication audiovisuelle en France, en Europe et dans le monde.

Au cours de l'année, afin de répondre aux demandes des groupes de travail, le centre de documentation a réalisé des études et des dossiers documentaires sur des thèmes aussi variés que la concurrence et la concentration dans la presse quotidienne régionale, le droit du sport, l'Internet et les nouvelles technologies, le numérique hertzien terrestre, la production audiovisuelle, les relations cinéma-télévision, les grands groupes de communication en Europe.

De nouveaux outils documentaires, à parution régulière, destinés à l'information de l'ensemble des collaborateurs du Conseil ont été élaborés : un annuaire des radios et des télévisions en France, un sommaire des revues disponibles à la consultation, un bulletin d'information sur les dernières acquisitions du centre, *Info-Doc*, des recueils de textes juridiques.

La bibliothèque s'est enrichie de nombreux ouvrages et revues, notamment les lettres d'information et les rapports des instances de régulation étrangères. Aujourd'hui, presque totalement informatisée, la bibliothèque compte près de 4000 titres.

Ouvert au public, le centre a accueilli, cette année encore, un nombre élevé de consultants, français et étrangers, professionnels, universitaires, étudiants de cycle supérieur, personnels des administrations et des collectivités locales, journalistes, juristes, publicitaires, instances de régulation et chercheurs étrangers.

X - Le Conseil

1 - La composition du Conseil

Le 24 janvier 2001 est intervenu le cinquième renouvellement partiel du Conseil depuis la création de l'instance de régulation, en 1989.

A cette occasion, le Président de la République a désigné comme président du CSA M. Dominique Baudis pour un mandat de six ans, en remplacement de M. Hervé Bourges. Il a aussi nommé M. Yvon Le Bars, pour la durée restant à courir du mandat de Mme Véronique Cayla (jusqu'en janvier 2005) qui a souhaité quitter ses fonctions afin de prendre la direction générale du Festival de Cannes. Pour leur part, les présidents du Sénat et de l'Assemblée nationale ont respectivement nommé, pour des mandats de six ans, M. Philippe Levrier, en remplacement de M. Jean-Marie Cotteret et M. Francis Beck qui a pris la succession de M. Philippe Labarde.

2 - L'activité du Conseil

Le Conseil tient chaque mardi matin une assemblée plénière à laquelle s'ajoutent, en tant que de besoin, des séances supplémentaires. C'est au cours de ces réunions, au nombre de soixante-sept en 2000, que sont adoptés les avis, décisions et recommandations du Conseil.

L'organisation des assemblées plénières et la rédaction des procès-verbaux sont confiées au secrétariat du Collège. Il est placé sous l'autorité du directeur général, M. Laurent Touvet, qui a succédé, le 6 mars 2001, à Mme Anne Durupty. La préparation et l'exécution des délibérations du Conseil donnent lieu, chaque semaine, à une réunion des directeurs et principaux responsables des services, sous la conduite du directeur général.

Hormis les séances plénières, des réunions se tiennent régulièrement dans le cadre de groupes de travail auxquels plusieurs membres du Conseil participent en permanence. Pour faciliter les tâches, chaque membre assure en effet le suivi d'un ou plusieurs secteurs d'activité. Ces groupes, qui sont le lieu d'une première phase d'instruction des dossiers avant leur examen en réunion plénière, permettent en outre de procéder, tout au long de l'année, à de nombreuses auditions des opérateurs.

En 2000, le groupe de travail radio ainsi que celui traitant des nouvelles technologies et des nouveaux services étaient placés sous l'égide de Mme Jacqueline de Guillenchmidt. Le groupe consacré aux télévisions locales relevait de l'autorité de M. Philippe Labarde, tandis que le secteur du câble et du satellite a été suivi par un groupe placé sous la responsabilité de M. Joseph Daniel.

M. Pierre Wiehn a continué de diriger le groupe consacré à la mise en œuvre de la télévision numérique terrestre et a également animé le groupe de travail consacré aux dossiers européens. Les questions relatives à la protection de l'enfance et de l'adolescence, notamment l'utilisation par les chaînes de la signalétique et la classification des programmes qu'elle implique, ont été suivies par un groupe présidé par Mme Hélène Fatou.

Mme Janine Langlois-Glandier, quant à elle, a dirigé un groupe consacré à la publicité et au parrainage et un autre traitant des rapports entre les milieux sportifs et les médias audiovisuels. Elle a en outre assuré la responsabilité du groupe dédié aux relations avec les professionnels du cinéma.

Pour sa part, le groupe consacré à la production audiovisuelle était placé sous la responsabilité de Mme Véronique Cayla et les questions relatives au pluralisme de l'information ont été traitées au sein d'un groupe animé par M. Jean-Marie Cotteret qui a également conduit, tout au long de l'année, les réunions régulières du Conseil avec le Syndicat de la presse quotidienne régionale (SPQR).

Enfin, les relations avec la filière musicale ont été assurées par Mme Véronique Cayla, au sein d'un groupe dénommé Musique et audiovisuel.

Le 30 janvier 2001, au cours de la première assemblée plénière du nouveau Conseil, comme il est d'usage lors de chaque renouvellement des membres, le nouveau périmètre et la composition des groupes de travail ont été arrêtés. Ceux-ci sont désormais tous placés sous la double responsabilité d'un président et d'un suppléant, à l'exception du groupe pluralisme et déontologie de l'information qui est coprésidé. En outre, un nouveau groupe de travail consacré à l'économie de l'audiovisuel a été créé. La nouvelle organisation des différents groupes de travail est la suivante :

Câble et satellite - Président, M. Joseph Daniel ; suppléant, Mme Janine Langlois-Glandier ;

Cinéma et télévision - Président, Mme Janine Langlois-Glandier ; suppléant, M. Francis Beck

Dossiers européens et relations internationales - Président, M. Philippe Levrier ; suppléant, M. Pierre Wiehn ;

Économie de l'audiovisuel - Président, M. Pierre Wiehn, suppléant, M. Yvon Le Bars ;

Nouvelles technologies de l'information et de la communication - Président, M. Francis Beck ; suppléant, M. Philippe Levrier

Outre-mer - Président, M. Philippe Levrier ; suppléant, Mme Hélène Fatou ;

Pluralisme et déontologie de l'information, campagnes électorales - Coprésidents, M. Joseph Daniel et Mme Jacqueline de Guillenchmidt ;

Programme et production audiovisuelle - Président, M. Francis Beck ; suppléant, Mme Janine Langlois-Glandier ;

Protection de l'enfance et de l'adolescence - Président, Mme Hélène Fatou ; suppléant, Mme Jacqueline de Guillenchmidt ;

Publicité et parrainage - Président, Mme Janine Langlois-Glandier ; suppléant, M. Joseph Daniel ;

Radio - Président, Mme Jacqueline de Guillenchmidt ; suppléant, Mme Hélène Fatou ;

Sport et télévision - Président, Mme Janine Langlois-Glandier ; suppléant, M. Philippe Levrier ;

Télévision locale - Président, M. Philippe Levrier ; suppléant, Mme Hélène Fatou ;

Télévision numérique terrestre - Président, M. Yvon Le Bars ; suppléant, M. Francis Beck.

Par ailleurs, le suivi des autres thèmes et des relations avec les principales sociétés du secteur de l'audiovisuel est désormais réparti comme suit entre les membres :

Langue française - Mme Hélène Fatou ;

Relations avec les éditeurs de la presse nationale et régionale - Mme Jacqueline de Guillenchmidt ;

Canal+ - Mme Janine Langlois-Glandier ;

France Télévision (France 2, France 3, La Cinquième) - M. Pierre Wiehn ;

Institut national de l'audiovisuel - M. Joseph Daniel ;

M6 - Mme Hélène Fatou ;

Radio France - M. Joseph Daniel ;

Radio France Internationale - Mme Jacqueline de Guillenchmidt ;

Réseau France Outre-mer - M. Philippe Levrier ;

TF1 - Mme Jacqueline de Guillenchmidt.

Au cours de l'année, le Conseil a procédé, en formation plénière, à vingt-cinq auditions (cf. annexe 42). Si certaines d'entre elles sont expressément prévues par la loi du 30 septembre 1986 modifiée (auditions publiques de candidats, procédures de sanctions...), les autres participent de la volonté de concertation et de transparence du Conseil et de son souhait d'enrichir sa réflexion sur les différentes questions dont il a à connaître.

Enfin, à partir du mois de décembre, Mme Jacqueline de Guillenchmidt a mis en place un groupe restreint de réflexion consacré aux possibles évolutions de la politique radiophonique du Conseil et des différentes catégories de radios.

3 - Les moyens du Conseil

Les personnels

En prenant en compte les membres des 16 comités techniques radiophoniques et les agents mis à disposition (mais facturés par les organismes concernés), le nombre de collaborateurs en poste au CSA était de 391 personnes, au 31 décembre 2000.

Le nombre de postes budgétaires, hors personnels mis à disposition, est fixé à 221. Le CSA a ainsi disposé de 9 emplois de membres, d'un emploi de directeur général, d'un poste d'administrateur civil, de 113 emplois de chargés de mission et de 97 emplois d'assistants.

42 de ces emplois, soit 19 %, sont occupés par des fonctionnaires détachés, principalement du secrétariat général du gouvernement, du ministère de l'économie, des finances et de l'industrie et du ministère de l'éducation nationale. Ainsi, les agents contractuels (non titulaires) représentent plus de 80 % de l'effectif total, hors personnel mis à disposition. Cette situation atypique, quoique conforme aux textes régissant les modes de recrutement dérogatoires au Conseil, est néanmoins à souligner s'agissant d'une administration.

62 agents sont mis à la disposition du CSA à temps plein dans le cadre des conventions passées avec TéléDiffusion de France (47 agents affectés dans les services et dans les CTR) ainsi qu'avec les ministères de l'intérieur et de l'outre-mer (15 secrétaires dans les CTR).

L'effectif des collaborateurs du CSA (hors membres du CSA et des CTR) au 31 décembre (y compris le personnel mis à disposition) est composé de 58 % de femmes (156) et de 42 % d'hommes (112), pour une moyenne d'âge de 42 ans (cf. annexe 43).

Au cours de l'année, 18 nouveaux collaborateurs permanents dont 7 mis à disposition ont rejoint le Conseil ou les CTR venant ainsi remplacer certains départs, combler des postes antérieurement vacants ou renforcer les effectifs existants. A l'inverse, 13 personnes ont quitté le Conseil au cours de la même année. En tenant compte des postes libérés pourvus par voie de mouvements internes, 29 postes en tout ont changé de titulaire ou ont donné lieu à un nouveau recrutement.

La concertation sociale a été particulièrement riche en 2000.

Elle a été principalement centrée sur l'élaboration d'un dispositif d'aménagement et de réduction du temps de travail (passage aux 35 heures). Ce dispositif s'inscrit dans le cadre juridique de la mise en place des 35 heures pour les agents publics de l'État, formalisé par le décret du 25 août 2000.

Il résulte d'une procédure faisant une large place à la concertation et la consultation des personnels à travers :

- la diffusion de questionnaires destinés à permettre un état des lieux de l'organisation du travail au sein du CSA, et à mesurer les attentes du personnel quant à la mise en place de l'ARTT ;

- plusieurs réunions d'information du personnel ;
- la tenue de six comités techniques paritaires de mai à décembre 2000 intégralement ou principalement consacrés à la négociation du dispositif ;
- la formalisation de cette concertation par la signature d'un protocole d'accord avec un des deux syndicats représentés au CSA.

Il est à noter que les agents issus de TDF bénéficient des « 35 heures » depuis 1999.

Par ailleurs, les huit réunions du comité technique paritaire spécial (CTPS) compétent pour les questions générales d'organisation, de fonctionnement et de conditions de travail et les deux réunions de la commission consultative paritaire (CCP) qui connaît des situations individuelles, telles que les mesures de promotions, ont permis d'examiner :

- l'exécution du plan de formation professionnelle 1999 et du projet de plan 2000 ;
- l'exécution budgétaire 1999 et le budget 2000 ;
- les questions d'hygiène et de sécurité liées notamment aux travaux de désamiantage entrepris par le propriétaire à certains étages du bâtiment abritant les locaux du Conseil ;
- les promotions internes ;
- les effectifs et les redéploiements de personnel afin de faire face dans de meilleures conditions à la charge d'activité pesant sur les services ;
- la mise en place d'un comité d'hygiène et de sécurité.

Enfin, les élections professionnelles en vue du renouvellement des deux instances paritaires se sont tenues au mois de juin.

Le budget et les actions 2000

Les crédits attribués au Conseil supérieur de l'audiovisuel par la loi de finances initiale (LFI) pour 2000 s'élevaient à 206,50 MF, montant quasi identique (-0,2 MF) aux crédits de la LFI de l'exercice précédent.

Avec 66,5 MF, la quasi-stabilité des crédits de personnel (-0,6 MF) résulte d'une compensation entre la restitution des crédits attribués l'année précédente pour le maintien de la rémunération de 3 conseillers sortants et le recrutement temporaire de personnels pour l'organisation et le suivi des campagnes électorales des élections européennes (-1,9 MF) et la prise en compte de mesures salariales inéluctables comme la revalorisation des rémunérations publiques et le glissement technicité (+1,3 MF). Les crédits de fonctionnement étaient de 139,96 MF et n'ont connu par rapport aux crédits de la LFI 99 qu'une très faible évolution (+0,4 MF), principalement au titre de la révision du prix de la convention de prestations signée avec TDF.

En cours d'exercice, les crédits de fonctionnement ont, comme en 1999, évolué de façon tout à fait exceptionnelle à la suite d'un report de crédits de 14,3 MF, dont 9,5 MF destinés au lancement des travaux de planification pour la mise en place de la télévision numérique terrestre. Enfin, 0,69 MF de crédits de fonds de concours provenant des ventes de publications et des cessions de données informatiques et statistiques ont abouti à un budget de fonctionnement global de 154,95 MF. S'agissant des crédits de personnels, ils ont été abondés par transfert du budget général de l'État de 1,88 MF afin de couvrir les paiements dus au titre des cotisations sociales.

Après ces modifications, le budget du Conseil au 31 décembre 2000 s'est finalement élevé à 223,4 MF (209,81 en 1999), crédits relatifs à la télévision numérique terrestre compris.

Les crédits de fonctionnement de 145,45 MF hors télévision numérique terrestre, ont été absorbés à hauteur de 75 % par les conventions de prestations et de mise à disposition de personnels passées avec TDF (89,44 MF) et les loyers (20,97 MF).

Le solde, soit environ 35,04 MF, correspond à la couverture du fonctionnement courant pour acquérir et pour renouveler les matériels et mobiliers de bureau, les équipements informatiques et commander diverses prestations et études indispensables à l'accomplissement des missions essentielles du Conseil, telles que les mesures d'audience ou toutes études relatives à l'audiovisuel.

Dans ce cadre budgétaire, le Conseil a dégagé les crédits lui permettant de réaliser diverses actions importantes correspondant soit à la poursuite d'actions engagées au cours des années antérieures, soit à la mise en œuvre de quelques opérations nouvelles.

Sur le plan informatique, l'année 2000 a vu le déploiement d'un réseau intranet entre le CSA à Paris et les CTR métropolitains avec, de ce fait, la mise en sécurité du réseau informatique vis-à-vis des connexions extérieures. Cela s'est traduit par la mise en place de liaisons Numéris et de routeurs dans chaque CTR afin de constituer un réseau privé virtuel avec la tour Mirabeau où a été installé un système « pare-feu ». La liaison informatique avec le fournisseur d'accès Internet du Conseil a également évolué pour atteindre un débit de 1 Mbits/s. Enfin, sur le plan du réseau interne, 11 nouveaux commutateurs ont été mis en place afin d'améliorer l'ensemble du trafic réseau entre les postes de travail et les serveurs.

Au niveau des applications, des mises à jour importantes ont été effectuées sur les bases de données « Production », « Radios » et « Théma » (suivi du pluralisme). A noter à cet égard que les applications et matériels informatiques du Conseil n'ont en rien été affectés par le passage à l'an 2000.

Par ailleurs, les études pour la migration du système d'enregistrement vidéo analogique vers un système numérique ont abouti à la définition des caractéristiques nécessaires en vue du lancement d'un appel d'offres début 2001 pour la réalisation.

Enfin, un nouveau réseau vidéo (en bande intersatellitaire commutée) a été mis en œuvre afin de distribuer dans une vingtaine de bureaux, à ce stade, les bouquets satellitaires.

Concernant les locaux, la rénovation de « l'espace accueil » est venue achever le plan de rénovation de l'ensemble des surfaces qui avait débuté en 1996.

A l'issue de l'appel d'offres sur la téléphonie lancé fin 1999, le CSA a confié la majeure partie de ses appels téléphoniques RTC ou GSM à un prestataire autre que France Télécom. La renégociation et la signature à la fin de l'année d'une nouvelle convention de prestations avec TDF va permettre, par ailleurs, de dégager de substantielles économies pour la période 2001-2004 (cf. *infra*).

Les perspectives 2001

Pour 2001, les crédits ouverts par la loi de finances initiale sont de 214,7 MF, en augmentation de 3,9 % par rapport à la LFI 2000.

Les crédits de personnel passent de 66,5 MF à 71,5 MF. Cette augmentation résulte, d'une part, d'ajustements techniques tels que le maintien de la rémunération pendant un an du Président et d'un conseiller ayant cessé leurs fonctions en janvier 2001 ou l'allocation de crédits nécessaires au paiement des cotisations sociales et, d'autre part, de la création de deux emplois de cadre A au titre des nouvelles missions du Conseil définies par la loi du

1^{er} août 2000, et de la revalorisation, pour la première fois depuis 1991, des indemnités servies aux présidents et aux membres des CTR.

Les crédits de fonctionnement passent d'environ 140 MF à 143,2 MF. Cette légère augmentation cache deux mouvements contraires non négligeables : d'un côté, une diminution de 8,3% du fonctionnement courant hors projet télévision numérique terrestre (TNT), liée en grande partie à l'économie de 11,59 MF réalisée lors de la signature de la nouvelle convention quadriennale de prestations de services avec TDF ; d'un autre côté, une mesure nouvelle de 12,2 MF au titre de la tranche 2001 de mise en œuvre de la planification TNT et une augmentation des crédits informatiques.

Dans ce contexte de stabilité de ses moyens hors TNT, le Conseil poursuivra notamment les actions de modernisation de son outil de travail engagées en 2000, qu'il s'agisse de la numérisation de son système d'enregistrements vidéo, du renouvellement partiel de son parc d'ordinateurs, du développement d'un nouvel outil informatique de planification des fréquences ou d'une extension des données mises à la disposition du public sur son site internet.

Par ailleurs, les travaux de désamiantage systématiques entrepris par le propriétaire dans la tour Mirabeau depuis trois ans devraient conduire le CSA à procéder, entre fin 2001 et 2002, à de premiers déménagements et réaménagements d'étage, avec d'importantes conséquences logistiques et financières.

Enfin, comme indiqué plus haut, le CSA devrait être la première administration d'État à passer aux 35 heures à la suite de l'aboutissement des négociations menées courant 2000.

Pyramide des âges
au 31/12/2000

