



CONSEIL SUPÉRIEUR DE L'AUDIOVISUEL

Rapport annuel
2014 –

Rédigé en application de l'article 18 de la loi du 30 septembre 1986
relative à la liberté de communication,
le présent rapport a été adopté par le Conseil supérieur de l'audiovisuel
lors de la réunion de son collège plénier du 18 mars 2015.

Le CSA en 2014

Président : **Olivier SCHRAMECK**

Nicolas ABOUT - Accessibilité aux personnes handicapées (président), Déontologie de l'information et des programmes audiovisuels (président), Télévisions locales (président), Diversité (vice-président), Ressources et technologies de la télévision numérique ; nouveaux services ; internet (vice-président), Radio analogique et numérique (vice-président).

Emmanuel GABLA - Audiovisuel extérieur et coopération internationale (président), Économie de l'audiovisuel et affaires européennes (président), Ressources et technologies de la télévision numérique ; nouveaux services ; internet (président), Santé et développement durable (vice-président), Télévisions nationales privées (président).

Patrice GÉLINET - Outre-mer (président), Radio analogique et numérique (président), Audiovisuel et éducation (vice-président), Télévisions locales (vice-président).

Mémona HINTERMANN-AFFÉJEE - Audiovisuel et éducation (présidente), Diversité (présidente), Accessibilité aux personnes handicapées (vice-présidente), Audiovisuel extérieur et coopération internationale (vice-présidente), Déontologie de l'information et des programmes audiovisuels (vice-présidente).

Christine KELLY - Publicité et protection des consommateurs (présidente), Santé et développement durable (présidente), Jeunesse et protection des mineurs (vice-présidente), Production audiovisuelle (vice-présidente), Télévisions nationales publiques (vice-présidente).

Françoise LABORDE - Jeunesse et protection des mineurs (présidente), Télévisions payantes (présidente), Audiovisuel extérieur et coopération internationale (vice-présidente), Droits des femmes (vice-présidente).

Francine MARIANI-DUCRAY - Pluralisme et campagnes électorales (présidente), Musique (présidente), Production audiovisuelle (présidente), Économie de l'audiovisuel et affaires européennes (vice-présidente), Télévisions nationales privées (vice-présidente).

Sylvie PIERRE-BROSSOLETTE - Droits des femmes (présidente), Télévisions nationales publiques (présidente), Musique (vice-présidente), Outre-mer (vice-présidente), Publicité et protection des consommateurs (vice-présidente), Pluralisme et campagnes électorales (vice-présidente), Télévisions payantes (vice-présidente).

Mission Associations : **Sylvie PIERRE-BROSSOLETTE** (présidente).

Mission Cinéma : **Francine MARIANI-DUCRAY** (présidente).

Mission Langue française et Francophonie : **Patrice GÉLINET** (président)

Mission Sport : **Christine KELLY** (présidente).

Commission de réflexion prospective sur l'audiovisuel :

Françoise LABORDE (présidente). **Nicolas ABOUT** (vice-président).

Commission de réflexion sur l'évolution des programmes :

Francine MARIANI-DUCRAY et **Françoise LABORDE** (coprésidentes).

Depuis le 26 janvier 2015, date de renouvellement du Collège, le CSA est ainsi composé : Olivier Schrameck, président, Nicolas About, Patrice Gélinet, Francine Mariani-Ducray, Mémona Hintermann-Afféjee, Sylvie Pierre-Brossolette, Nicolas Curien et Nathalie Sonnac.

Sommaire

Avant-propos	7
2014 : société, économie, culture	9
Activité du Conseil en 2014	23
Responsabilité des médias audiovisuels à l'égard du public	25
Les droits et les attentes du public	26
La cohésion sociale et la promotion de l'égalité	40
Le pluralisme politique et les campagnes électorales	51
Les relations avec les téléspectateurs et les auditeurs	55
Développement économique du secteur audiovisuel	57
Les services de médias audiovisuels	58
La régulation des marchés	88
Le financement et la promotion de la création	92
Mesure de l'impact des décisions d'autorisation délivrées par le Conseil supérieur de l'audiovisuel au cours de l'année 2014	99
Dispositions législatives et méthodologie retenue	100
Dans le secteur de la radio	101
Dans le secteur de la télévision	111
Perspectives	131
Indépendance et performance de l'audiovisuel public	133
Les nominations	134
Le suivi de l'activité des groupes	136
Coopération européenne et internationale	143
Les coopérations et convergences au sein de l'Union européenne	144
Les relations internationales	146
Relations institutionnelles et communication	149
Les relations avec le Parlement	150
Les relations avec les collectivités territoriales	151
Les relations avec les juridictions	152
Les relations avec les autorités indépendantes	152
Séminaires et colloques	153
Les relations avec la presse	154
Les publications	155
Moyens et ressources	159
Le statut d'autorité administrative indépendante	160
La gestion budgétaire, administrative et financière	161
La gestion des ressources humaines	164
Les comités territoriaux de l'audiovisuel	166
La désignation du rapporteur indépendant	167
Annexes	
Composition et activité du CSA	171
Les dates clés du CSA en 2014	179
Les chiffres clés du CSA en 2014	185
Décisions et ordonnances des juridictions administratives relatives à des décisions du CSA	187
Les avis, délibérations, recommandations et chartes adoptés par le CSA et publiés en 2014	193
Comités territoriaux de l'audiovisuel	
Nominations et renouvellements de mandats en 2014	195
Évolution de l'offre TNT nationale	197



AVANT PROPOS

Olivier Schrameck
Président

Le rapport annuel du Conseil supérieur de l'audiovisuel pour 2014 rend compte d'une intense année d'activité, marquée notamment par l'entrée en vigueur de la loi du 15 novembre 2013 qui a confié au Conseil de nouvelles responsabilités en s'attachant à son indépendance.

L'exercice de ces missions nouvelles a concerné au premier chef la régulation économique de l'audiovisuel. Le Conseil a utilisé son pouvoir renforcé de gestion de la ressource hertzienne. Il s'est appuyé pour cela sur des études d'impact préalables, comme celles produites à l'occasion des demandes d'évolution du modèle économique de chaînes de télévision payante ou encore celles engagées en amont d'appels à candidatures pour des services de radio. Des évaluations ont également été conduites, afin d'apprécier l'effet des autorisations d'utilisation des fréquences délivrées par le Conseil. Un chapitre entier du rapport y est consacré.

Le Conseil a aussi mis en œuvre ses missions restaurées et modernisées relatives à l'audiovisuel public. Il a ainsi procédé à la nomination du président de Radio France et réalisé le bilan quadriennal de la société France Télévisions. Désormais associé à l'élaboration et au suivi des contrats d'objectifs et de moyens des sociétés nationales de programme, il a publié ses avis sur l'exécution de ceux de Radio France et de France Médias Monde.

Au-delà de l'application des novations apportées par la loi du 15 novembre 2013, le Conseil a poursuivi son action de régulation socioculturelle dans trois directions principales. Le pluralisme politique d'abord, avec le suivi d'importants scrutins d'ampleur européenne, territoriale ou locale. L'exception culturelle ensuite, dans un contexte de réforme réglementaire du soutien à la création, alors que des concurrences nouvelles se manifestent sur le marché des services de médias audiovisuels à la demande. L'égalité



en droits enfin, avec la mise en œuvre des dispositions audiovisuelles de la loi du 4 août 2014 pour l'égalité réelle entre les femmes et les hommes, la promotion de la diversité et la lutte contre les discriminations, suivant une même démarche de mobilisation volontaire des télévisions et des radios.

Ainsi se trouve souligné le rôle primordial de l'audiovisuel pour la cohésion sociale. À l'image de celui tenu en premier lieu par l'éducation nationale, ce rôle est plus déterminant encore au moment où notre société, au risque de son cloisonnement et de sa déstabilisation, peut être visée dans ses fondements mêmes : le refus de toute discrimination et la liberté d'expression.

Au lendemain des attentats qui ont violemment frappé la France, le Danemark et la Tunisie, la communication audiovisuelle a plus que jamais vocation à servir de repère et à illustrer nos valeurs communes. Elle constitue naturellement une référence pour les citoyens en matière d'accès à l'information, comme à toutes les formes d'expression, de création et de culture.

Alors que l'environnement numérique transforme autant le modèle économique que la résonance sociale des médias audiovisuels, le Conseil supérieur de l'audiovisuel entend promouvoir l'indépendance et la performance du service public, le dynamisme et le pluralisme des éditeurs privés, le rayonnement et la richesse de la création.

Pour cela, il est profondément conscient de l'importance de l'échelle européenne. À cette fin, nous avons activement préfiguré et soutenu la création, au mois de février 2014, du réseau des 28 régulateurs européens des services de médias audiovisuels, connu désormais sous l'acronyme ERGA. Ses membres se réuniront à Paris au mois d'avril sous la présidence du CSA français. Il s'agit assurément d'un des rendez-vous majeurs de l'année 2015 pour le Conseil et son collège renouvelé en janvier dernier.

À l'échéance des mandats de Françoise Laborde, Christine Kelly et Emmanuel Gabla, nous avons salué le travail accompli par eux durant six ans sur les dossiers nombreux et divers dont ils ont eu la charge. Pour leur succéder, les présidents du Sénat et de l'Assemblée nationale, avec l'avis favorable des commissions parlementaires chargées des affaires culturelles, ont nommé Nicolas Curien et Nathalie Sonnac. Nous nous réjouissons de compter parmi nous ces professionnels de grande expérience, notamment dans les domaines des technologies et de l'économie des médias.

Comptant maintenant huit membres, le Conseil s'est doté d'une organisation resserrée pour son travail collégial. Il s'appuie sur la compétence de ses collaborateurs, ceux du siège parisien comme des comités territoriaux qui dynamisent l'audiovisuel dans la diversité de nos territoires. Le rapport qui suit en témoigne : l'activité du Conseil, par nature collégiale, se nourrit collectivement de leur engagement, auquel je souhaite rendre particulièrement hommage.

2014 : SOCIÉTÉ, ÉCONOMIE, CULTURE

Société, économie, culture : trois mots qui, joints ensemble, donnent le « la » de l'action du Conseil supérieur de l'audiovisuel pour la garantie de la liberté de communication. Un la dont il faut en permanence évaluer la justesse, au diapason des évolutions du secteur de l'audiovisuel comme des exigences d'indépendance et de pluralisme des médias. Le Conseil, c'est sa vocation même, y veille constamment, adaptant son intervention à leur univers mouvant, car innovant.

Il y est d'ailleurs invité par l'évolution des missions que le législateur lui assigne et des moyens d'action dont il le dote. La loi du 15 novembre 2013 *relative à l'indépendance de l'audiovisuel public* a renforcé l'organisation et les méthodes du régulateur, ses compétences à l'égard des opérateurs publics comme privés, ainsi que ses responsabilités d'information et de transparence vis-à-vis de la représentation nationale. De fait, 2014 a été pour le CSA la première année de mise en œuvre de ce nouvel environnement juridique, dans lequel la dimension économique de la régulation est fortement mise en valeur.

Recours aux études d'impact pour l'évolution de la plateforme hertzienne, encadrement de la diffusion de brefs extraits de compétitions sportives, modernisation du média radio dans son régime de contrôle de la concentration comme dans ses modes de diffusion... Autant de thèmes qui traduisent le rôle économique du régulateur qui a été au cœur du séminaire du 2 octobre au CSA, « *L'audiovisuel : enjeu économique* », ouvert par la ministre de la Culture et de la Communication et conclu par le Président de la République.

La tonalité économique de l'année 2014 s'est accordée aux missions sociétales du CSA : ces deux dimensions sont évidemment étroitement liées et interdépendantes. L'actualité de la régulation sociétale de l'audiovisuel s'est en effet révélée très riche. Le Conseil a conduit une action énergique pour la protection des intérêts du public, la promotion de la diversité et la défense de l'égalité des droits, alors que son initiative d'avant-garde en faveur des droits des femmes dans les médias audiovisuels était reconnue et renforcée par la loi du 4 août pour l'égalité réelle entre les femmes et les hommes.

Les responsabilités du Conseil à l'égard du service public audiovisuel, réaffirmées et renforcées par le législateur, ont, elles aussi, trouvé cette année une résonance particulière.

Enfin, à la croisée des enjeux sociétaux et économiques, le financement de la création et la promotion de la diversité culturelle ont très fortement mobilisé le Conseil, alors que le public manifeste un intérêt renouvelé pour la création audiovisuelle française. L'arrivée sur le marché national d'un service audiovisuel s'appuyant sur un modèle économique, technologique et réglementaire souvent qualifié de « disruptif » a par ailleurs rappelé l'importance de soutenir le rayonnement des œuvres françaises et européennes par des régimes efficents de promotion de la création, et l'intensification de la coopération au niveau de l'Union européenne.

AUDIOVISUEL ET SOCIÉTÉ : DROITS DU PUBLIC, DROITS DES PERSONNES

La régulation sociétale de l'audiovisuel a investi cette année une grande pluralité d'objets. Son champ d'intervention a encore été élargi pour saisir l'ensemble des enjeux d'égalité et de cohésion sociale, et pour renforcer le rôle d'accompagnement du service public audiovisuel dévolu au CSA.

Pluralisme politique et vie associative : les défis de l'accès aux médias

Depuis le renouvellement du Conseil en janvier 2015, les deux dossiers du pluralisme et de la vie associative ont été réunis dans un même groupe de travail, eu égard à l'enjeu commun d'accès équitable aux médias des forces politiques et des voix de la société civile.

L'expérience des opérations électorales de l'année 2014 : consulter pour réformer

Le CSA est chargé de veiller au traitement équitable des formations politiques dans les médias audiovisuels, notamment du point de vue du temps de parole et spécialement en période électorale. En 2014, il a assumé cette responsabilité grâce au suivi opéré par le groupe de travail « Pluralisme » présidé par Francine Mariani-Ducray.

Entre les mois de mars et mai 2014 ont eu lieu trois importants scrutins, avec les élections des conseillers municipaux et des conseillers communautaires, l'élection des membres du congrès et des assemblées de province de Nouvelle-Calédonie et l'élection des représentants au Parlement européen. Le 8 septembre, le Conseil a publié ses observations sur le traitement de ces consultations par les services de radio et de télévision, au regard de ses recommandations adressées aux éditeurs.

S'agissant des élections municipales, le Conseil, bien qu'ayant dû intervenir en cours de campagne pour souligner des déséquilibres marqués, a conclu au respect global de la recommandation adoptée spécifiquement pour ce scrutin, le 20 novembre 2013, laquelle associait de manière inédite les télévisions locales.

Les élections de Nouvelle-Calédonie se sont également déroulées en conformité avec les directives générales du Conseil, établies en 2009 et 2011, et spécialement précisées pour l'occasion par une recommandation complémentaire du 26 février 2014.

De même, le traitement des élections européennes n'a pas soulevé aux yeux du Conseil d'observations relatives à l'équité de traitement. Il a, en revanche, regretté la faiblesse relative de la

couverture médiatique de cette votation, pourtant essentielle, par les radios et les télévisions. Le scrutin européen a, par ailleurs, permis au Conseil d'État de valider la méthode du CSA pour le suivi des médias audiovisuels au cours de la campagne officielle. Dans une ordonnance du 21 mai, la juridiction administrative a considéré que les recensements hebdomadaires des temps de parole des listes de candidats, des partis et groupements politiques et de leurs soutiens, durant les six semaines critiques précédant le scrutin, permettaient au CSA d'identifier et de signaler effectivement les éventuels déséquilibres et d'inviter les éditeurs à prendre les mesures propres à les corriger.

Cependant, le bilan positif de ces consultations ne prive pas de pertinence la nécessaire réflexion sur l'évolution du cadre législatif et réglementaire, à l'heure où la communication en ligne démultiplie les sources d'information. Quelle est la pertinence actuelle de la période de réserve régissant la divulgation des résultats des votes, notamment outre-mer ? Faut-il également faire évoluer les obligations pesant sur l'audiovisuel public en matière d'organisation des campagnes officielles ? Pour guider sa réflexion, le Conseil a engagé une concertation dont il a publié les axes de réflexion dans un document de propositions portant sur l'ensemble des campagnes électorales, à l'exclusion de l'élection présidentielle, qui avait fait l'objet d'un rapport distinct en 2012.

L'accès des associations et fondations aux médias audiovisuels : nouvel enjeu de pluralisme

Depuis la fin des années 2000, les associations et fondations ont témoigné d'un souci de bénéficier de meilleures conditions d'accès aux antennes pour la promotion des causes qu'elles défendent. Le CSA avait obtenu de premières avancées dans le cadre de la commission « Associations-médias audiovisuels » créée en 2012, comme la mise en place d'un « *référent association* » au sein des grands médias.

En 2013, la mission « Associations » était confiée à Sylvie-Pierre Brossolette, chargée d'approfondir et de renforcer ce mouvement. Il s'agissait en particulier de favoriser une plus grande transparence dans les relations entre ces porte-voix de la société civile et les médias audiovisuels. Le dialogue entre ces acteurs, organisé par le CSA, a donné lieu à la publication, au mois de juin 2014, d'un *Guide indicatif des critères communs aux médias audiovisuels pour promouvoir des associations ou des fondations à l'antenne*. Ce document concerne l'ensemble des programmes à l'exception de l'information. Il énonce les éléments utiles à la bonne identification des associations et fondations, à la compréhension de leur objet social, en formulant particulièrement des recommandations sur la conduite à adopter lorsqu'un appel à la générosité du public est envisagé.

Les médias audiovisuels et la diversité : 2014, année d'ancrage

En 2014, le groupe de travail « Diversité » présidé par Mémona Hintermann-Afféjée a poursuivi un travail énergique, de fond comme de terrain, confirmant l'ancrage de ce dossier stratégique dans les priorités du régulateur.

Le baromètre de la diversité, créé par le CSA en 2009 à partir d'une expérience britannique, bénéficie maintenant d'une vraie légitimité dans la société civile et constitue une mesure de référence de la perception de la diversité dans les médias. Les résultats de la vague 2013 ont été communiqués en janvier 2014, selon le principe retenu d'une publication annuelle au courant du premier trimestre. On constate encore à cette occasion que les écrans projettent une image de la société française qui ne coïncide pas avec sa composition réelle, notamment du point de vue des catégories

socioprofessionnelles et des origines perçues. De même, les personnes en situation de handicap ne sont presque pas présentes à l'écran. La responsabilité des médias est grande dans la promotion d'une dynamique de cohésion sociale, dans laquelle chacun est reconnu et se reconnaît comme partie prenante de la vie publique. C'est à cela précisément que contribuent le baromètre, mais aussi l'Observatoire de la diversité, sous l'égide du CSA depuis 2013, qui réunit des institutions telles le Défenseur des Droits, des professionnels des médias, les mondes associatif et universitaire. Comme en 2013, ses travaux, et notamment les auditions régulières qu'il conduit, nourrissent le rapport annuel sur la diversité de la société française à la radio et à la télévision que le CSA remet chaque année au Parlement en application de l'article 3-1 de la loi du 30 septembre 1986.

Par ailleurs, pour la deuxième année consécutive, les éditeurs ont répondu à l'appel de Mémona Hintermann-Afféjee en organisant une campagne de promotion de la diversité nationale à l'occasion des célébrations du 14 Juillet, sous le titre fédérateur « *Nous sommes la France* ».

La mobilisation collective des médias pour la promotion de la diversité et de l'égalité des droits s'est aussi spécialement tournée en 2014 vers l'insertion professionnelle des personnes handicapées. Le 11 février, en présence de la ministre déléguée aux personnes handicapées et à la lutte contre l'exclusion, les grands services nationaux, publics et privés, de radio et de télévision se sont engagés à favoriser l'accès des personnes handicapées aux métiers de l'audiovisuel. Des procédures de recrutement adaptées et un encadrement tenant compte des handicaps soutiendront les ambitions d'étudiants provenant des quinze établissements de formation partenaires qui préparent à l'ensemble des métiers de l'audiovisuel.

Sur le plan institutionnel enfin, le souci d'une pleine efficacité de l'action du CSA en faveur de la diversité et de l'égalité en droits s'est notamment traduit par la signature d'une convention de partenariat avec le Défenseur des Droits. Ce projet avait été d'abord élaboré avec le Défenseur des Droits et ancien président du CSA, Dominique Baudis, et son adjointe chargée de la lutte contre les discriminations, Maryvonne Lyazid. La disparition de Dominique Baudis, à qui le CSA rend à nouveau hommage pour ce qu'il a réalisé au service des droits et libertés, notamment la liberté de communication audiovisuelle, n'a pas cependant remis en cause, bien au contraire, ce projet de convention auquel tenaient beaucoup les deux institutions. Olivier Schrameck et Jacques Toubon, le nouveau Défenseur des Droits, ont souhaité la porter à son terme et la convention a été signée le 24 novembre 2014. Ce document prévoit un appui mutuel des deux autorités afin d'apporter, par un échange d'expériences et d'informations, la meilleure réponse aux discriminations dont nos concitoyens peuvent être victimes. Sur ce terrain également, le CSA a contribué aux travaux menés par la Commission nationale consultative des droits de l'Homme en vue de son avis relatif à la lutte contre les discours de haine sur internet, qui a été adopté au mois de février 2015.

Les droits des femmes, au miroir des médias audiovisuels

Installé depuis 2013, le groupe de travail « Droits des femmes » présidé par Sylvie Pierre-Brossolette a vu sa démarche consacrée et complétée par la loi du 4 août 2014 pour *l'égalité réelle entre les femmes et les hommes*. Ce texte, dont les dispositions relatives à l'audiovisuel avaient fait l'objet d'un avis très favorable du CSA au mois de juin 2013, reconnaît les droits des femmes comme un enjeu à part entière de régulation et comme une responsabilité particulière des services nationaux de radio et de télévision, qu'ils soient publics ou privés.

En amont de ce mouvement législatif, le groupe de travail avait réalisé en 2014 une importante série d'études. En février 2014, son premier bilan soulignait les nettes insuffisances de représentation des femmes dans les médias, tout en saluant la démarche entreprise dès 2013 par France Télévisions, qui a inscrit dans son contrat d'objectifs et de moyens des engagements quantifiés de présence féminine sur les plateaux, notamment un taux de 30 % de femmes expertes invitées à la fin de l'année 2014. De même, une étude réalisée avec l'Institut national de l'audiovisuel sur la place des femmes dans les programmes d'information au 1^{er} trimestre 2014 souligne, notamment, l'écart entre la féminisation croissante de la profession de journaliste et la place souvent secondaire accordée à leur travail. Enfin, une triple étude des stéréotypes féminins dans les programmes de fiction, de divertissement et d'animation a été réalisée et publiée au mois de juillet, offrant un panorama des rôles préconçus dans lesquels les femmes peuvent être enfermées.

Ce travail approfondi d'analyse a nourri les réflexions engagées pour la mise en œuvre, par le CSA, des responsabilités nouvelles issues de la loi du 4 août 2014. Pas moins de 18 réunions avec les radios et les télévisions tout au long de l'année ont permis de définir les voies à suivre pour favoriser la meilleure présence des femmes dans l'audiovisuel, lesquelles sont maintenant matérialisées dans la délibération du 2 février 2015. Ce texte précise les conditions d'application de l'obligation de diffusion annuelle de programmes contribuant à la lutte contre les préjugés sexistes et les violences faites aux femmes, indique les informations quantitatives et qualitatives à fournir au CSA pour le suivi de la représentation des femmes à la télévision et à la radio et propose une série d'engagements optionnels relatifs à la programmation et aux ressources humaines.

Éducation et médias : un projet pour la jeunesse

Le groupe de travail « Audiovisuel et éducation » présidé par Mémona Hintermann-Afféjee a continué, en 2014, d'ancrer cet enjeu essentiel au cœur de l'action du régulateur. Dans l'univers contemporain de la communication audiovisuelle, la vocation éducative des médias doit prendre une place croissante, à la mesure des technologies qui sont à sa disposition pour partager les savoirs, ainsi que du besoin social d'insuffler le goût de la connaissance à un très large public, notamment aux jeunes. En outre, avec les nouveaux usages des médias audiovisuels, multiples, interactifs et mobiles, les individus accèdent à une quantité considérable de contenus et d'informations au sein desquels ils doivent être en mesure d'exercer leur esprit critique et leur liberté de choix. Cela souligne l'importance d'une promotion active de l'éducation aux médias.

Ce double enjeu a justifié la création d'un nouvel Observatoire « Médias et Éducation » sur le modèle de l'Observatoire de la diversité. Placé auprès du CSA, sous la présidence d'honneur du Secrétaire perpétuel de l'Académie française, Madame Hélène Carrère-d'Encausse, l'Observatoire a été installé le 15 septembre 2014 : il réunit des professionnels de l'audiovisuel représentatifs de ses différents métiers ainsi que des spécialistes de l'éducation, praticiens ou universitaires. Il soutiendra l'action du groupe de travail par ses analyses, alors que dans sa nouvelle organisation issue de janvier 2015, le Conseil a réuni dans un même groupe les thématiques d'éducation et de protection de la jeunesse.

Le caractère naturel de ce rapprochement était nettement apparu lors de l'organisation conjointe, par Françoise Laborde, présidente du groupe de travail « Jeunesse », et Mémona Hintermann-Afféjee, d'un grand colloque en Sorbonne sur le thème « *Les jeunes et les écrans* ». Le 9 décembre, en présence de la ministre de l'Éducation nationale, deux tables rondes, appuyées par une étude spécialement réalisée par le CSA, ont éclairé le rapport nouveau qui s'établit entre les jeunes (en

particulier les 13-24 ans), la communication audiovisuelle et les conséquences de ses usages sur l'offre de programmes qui leur est proposée. Les échanges ont été nourris des observations et questions d'un public notamment composé de lycéens et d'étudiants. Enfin, en résonance avec le phénomène de pluralité des accès aux médias, la campagne annuelle du CSA sur la protection des jeunes publics s'est déployée sur les télévisions, sur internet et, pour la première fois, à la radio, pendant que les films réalisés à cette occasion intégraient les situations d'exposition à des contenus choquants sur les nouveaux écrans et soulignaient l'importance du dialogue intergénérationnel.

Indépendance et performance : nouvelle dynamique entre service public et régulation

Par les termes « *indépendance et performance* », le plan du rapport pour 2014 veut refléter nettement les ambitions du CSA pour le service public depuis l'importante réforme opérée par la loi du 15 novembre 2013. En effet, en plus d'avoir rendu au CSA la compétence, historique et essentielle, de nommer les présidents des sociétés nationales de programme selon une procédure rénovée, le législateur lui demande désormais de se prononcer sur la définition et l'exécution des missions de ces sociétés, telles que définies dans leurs contrats d'objectifs et de moyens. Cette année, le CSA a mis en œuvre ces nouvelles responsabilités.

La nomination du président de Radio France

L'année 2014, qui marquait l'échéance du mandat du président de Radio France, a rapidement donné l'occasion au CSA d'exercer à nouveau sa compétence de nomination des présidents des sociétés nationales de programme. Le 27 février, sur la base du projet stratégique exigé par la loi, et au terme d'une procédure définie par le Conseil dans le respect de la jurisprudence constitutionnelle, la candidature de Mathieu Gallet a été retenue à l'unanimité. Le choix de ce jeune dirigeant s'est appuyé, conformément à la loi, sur ses compétences et son expérience du secteur de l'audiovisuel, notamment en tant que président de l'Institut national de l'audiovisuel, et sur les ambitions convaincantes du projet stratégique qu'il a défendu lors de son audition. Le nouveau président a par la suite, et comme le veut également la nouvelle législation, transmis au Parlement un document d'orientation précisant les objectifs de son mandat, qu'il a exposés publiquement aux commissions de l'Assemblée nationale et du Sénat chargées des affaires culturelles.

La gestion de Radio France, outre l'analyse traditionnelle des bilans annuels, a aussi été évaluée par le CSA au regard des stipulations du contrat d'objectifs et de moyens (COM) de la société. Son avis du 24 octobre 2014 met en évidence le respect de la plupart des dispositions du COM en 2013, mais regrette la transmission tardive du rapport d'exécution, parvenu plusieurs mois après la fin de l'exercice concerné. À l'heure actuelle, les discussions sur le prochain COM 2015-2019, sur lequel le CSA sera préalablement consulté, sont en cours entre Radio France et le Gouvernement.

Le bilan quadriennal de la société France Télévisions

Le nouveau mode de nomination des présidents des sociétés nationales de programme par le CSA s'accompagne désormais de la transmission d'un avis motivé au Parlement sur les résultats de ces sociétés, au terme des quatre premières années d'exercice du président en fonction. Un tel regard rétrospectif est indispensable à la bonne information de la représentation nationale sur les enjeux de la prochaine mandature et sur la manière dont le régulateur les apprécie.

Le bilan quadriennal des résultats de France Télévisions pour la période 2010-2014, que le CSA a publié le 10 décembre 2014, s'appuie en particulier sur les dispositions du cahier des charges de

la société, réformé en 2009, et sur le contrat d'objectifs et de moyens 2011-2015, tel que modifié en 2013. Il ressort des analyses du Conseil, éclairées par de nombreuses auditions, notamment celle du président Pflimlin, que le groupe a conservé durant ces quatre années des parts d'audience significatives, demeure une référence en matière d'information et a porté un effort important d'investissement dans la création. Il constate, en revanche, une différenciation insuffisante de la programmation sur les chaînes du service public par rapport à l'offre des services privés et souligne la nécessité de mieux affirmer l'identité respective de chaque chaîne du bouquet public. Enfin, le Conseil salue la projection numérique du groupe et ses actions notables en faveur des droits des femmes. Mais il rappelle que l'objectif de maîtrise des coûts et de clarification de la gouvernance doit être encore énergiquement poursuivi.

LA RÉGULATION ÉCONOMIQUE : SÉCURITÉ ET PÉRENNITÉ DES ACTEURS

La régulation économique a été au cœur de l'action et des travaux du CSA en 2014, ce qu'il a souhaité souligner fortement en accueillant dans ses murs le secteur de l'audiovisuel, dans toutes ses composantes, pour un séminaire intitulé « *L'audiovisuel : enjeu économique* » qui s'est tenu le 2 octobre. Les échanges riches et animés de cette journée d'étude ont été ouverts par la ministre de la Culture et conclus par le Président de la République. La situation économique de l'audiovisuel et ses perspectives de croissance dans un environnement numérique largement ouvert à l'international furent l'objet des travaux de la matinée, tandis que l'après-midi était consacrée aux finalités et aux instruments de la régulation mise en œuvre par le CSA. Après cette première rencontre, le souhait du CSA est d'engager en 2015 un cycle régulier de séminaires thématiques qui pourront, notamment, porter sur les thèmes de la coopération européenne, de la promotion de l'audiovisuel français à l'international ou encore sur les nouveaux services audiovisuels numériques.

Pour l'année 2014 précisément, et parmi les nombreux dossiers économiques dont il a été saisi, deux grands sujets ont présenté une importance très significative : le premier est celui de la pérennité de la plateforme TNT ; le second celui du développement du média radio.

En outre, le rapport public du CSA pour 2014 fait pour la première fois une complète application du nouvel article 18 de la loi du 30 septembre 1986 modifiée, exigeant une analyse de l'impact, notamment économique, de ses décisions de gestion de la ressource hertzienne.

La plateforme TNT : tension sur les ressources

À l'heure actuelle, 45 % des Français reçoivent exclusivement la télévision par le moyen de la diffusion hertzienne terrestre. Plus largement, la TNT est présente dans près de 60 % des foyers et constitue le socle principal du soutien économique à la production audiovisuelle et cinématographique française. Ses enjeux de développement sont donc l'objet d'une rigoureuse vigilance de la part du CSA. Cette attention s'est exprimée principalement, en 2014, à l'occasion de deux dossiers sensibles et de long cours, mettant en cause les deux ressources essentielles de la plateforme TNT : la ressource publicitaire et la ressource hertzienne.

Le premier d'entre eux est l'évolution des modes de financement de chaînes de la TNT nationale.

À la suite de la modification de l'article 42-3 de la loi du 30 septembre 1986 par la loi du 15 novembre 2013, trois sociétés titulaires d'autorisations pour un service payant de TNT nationale

ont demandé au CSA d'agrérer leur transformation en service gratuit, financé non plus par l'abonnement mais par la commercialisation d'espaces publicitaires. À cause des effets potentiels d'une telle opération sur le marché de la TNT gratuite, la loi a prévu une procédure spécifique d'analyse du projet et d'évaluation de son impact, en particulier son impact économique. Au terme de près de six mois d'instruction, après avoir procédé à l'audition publique des demandeurs, entendu les tiers qui le souhaitaient et réalisé les trois études d'impact prévues par la loi, le Conseil a, par décisions du 28 juillet, conclu au rejet des demandes d'agrément présentées pour les chaînes LCI, Paris Première et Planète Plus.

Le Conseil a relevé qu'aucune reprise significative du marché publicitaire n'était prévue à brève échéance et que les perspectives à moyen terme demeuraient encore incertaines. Il a tenu compte de la situation financière encore fragile de plusieurs chaînes gratuites, notamment celles qui ne sont pas adossées à un grand groupe. Il a enfin considéré que l'arrivée d'une ou plusieurs chaînes gratuites supplémentaires ne devrait pas se traduire par une augmentation significative de l'usage de la télévision et serait donc de nature à entraîner des phénomènes de transfert d'audience au détriment des chaînes gratuites existantes.

Pour l'ensemble de ces motifs, le Conseil a estimé que les conditions n'étaient pas, à la date à laquelle il se prononçait, réunies pour autoriser le passage en gratuit des demandeurs. En revanche, il a indiqué qu'une évolution plus favorable des conditions de marché pourrait justifier un réexamen à l'avenir. Par la suite, il a soutenu et suivi avec attention les démarches de ces services pour continuer, dans les meilleures conditions possibles, leur activité sur la plateforme TNT payante et sur les bouquets des distributeurs de services audiovisuels.

Le second grand dossier de la TNT en 2014, comme il l'était déjà en 2013 et le sera en 2015, est celui de la restructuration technologique de la plateforme TNT. Cette opération fait suite à la décision du Gouvernement de réserver aux services de téléphonie mobile la bande de fréquences dite des « 700 MHz », soit 30 % de la ressource hertzienne actuellement affectée à l'audiovisuel.

Dans son avis au Gouvernement du 26 novembre 2014, le Conseil a rappelé que les services de TNT nationale, outre leur importance pour les usagers des médias audiovisuels, sont aujourd'hui les plus importants soutiens à la production cinématographique et audiovisuelle française. Or, des contraintes lourdes pèsent sur cette opération de réaffectation, notamment au regard de son délai de mise en œuvre, fixé au 1^{er} juillet 2019. Alors que le déploiement des six nouvelles chaînes de la TNT autorisées en 2012 n'est pas encore achevé, le Conseil a souligné l'importance d'assurer la pérennité de l'infrastructure numérique de très haut débit qu'est la plateforme TNT. Il s'agira, notamment par la voie de mesures législatives, d'accompagner cette mutation de grande ampleur à travers l'assistance à l'équipement des foyers, la modernisation des technologies de diffusion et de codage, ainsi que l'évolution vers la haute définition et l'ultra haute définition.

Pour évaluer précisément l'ensemble de ces besoins et contribuer à la meilleure information du secteur, des usagers et des pouvoirs publics, le Conseil a lancé une grande consultation dont il aura recueilli les fruits à la fin du mois de février 2015. En attendant ces résultats, et compte tenu de la réduction du nombre de multiplex métropolitains que provoquera la nouvelle affectation de la bande 700, le Conseil a décidé un moratoire de la 12^e et avant-dernière phase de déploiement des nouvelles chaînes de la TNT, initialement prévue le 7 avril 2015 dans les départements de Savoie. La 13^e et dernière phase de déploiement, sur le reste de la région Rhône-Alpes, demeure fixée au 2 juin.

Dans ce contexte incertain, le développement de la plateforme TNT demeure néanmoins une priorité pour le CSA.

En particulier, en dépit de la réduction du nombre de multiplex, la généralisation du MPEG-4 va mécaniquement dégager des ressources nouvelles, ce qui pourrait permettre, après consultation publique et étude d'impact, le lancement d'un nouvel appel à candidatures pour le développement de la haute définition voire, si la ressource disponible le permet, pour de nouveaux services.

Les télévisions locales, qui desservent aujourd'hui 46 millions de Français, sont également un enjeu de croissance pour la plateforme. Le groupe de travail, présidé par Nicolas About, est spécialement à l'écoute des territoires pour relever le défi complexe de la vitalité des télévisions locales. Ainsi, au mois de mars 2014, deux nouveaux services ont été autorisés dans les régions de Montpellier et de Nancy, pendant que le Gouvernement réservait une fréquence pour la diffusion de France 24 en Île-de-France. Dans cette même région-capitale, le Conseil a mis à l'appel une fréquence complémentaire qui a fait l'objet de 14 candidatures. La sélection sera faite dans le courant de l'année 2015, à l'instar des appels lancés en 2014 dans les collectivités des Antilles et de la Réunion.

Le pari de la télévision locale exige des entrepreneurs une véritable prise de risque qu'il appartient au CSA d'accompagner. La santé économique de ces médias est encore aujourd'hui fragile, cette situation n'étant d'ailleurs pas spécifique à la France. Appliquant la loi du 15 novembre 2013, qui demande au Conseil de dresser annuellement un « *état du développement et des moyens de financement des services de télévision à vocation locale* », le rapport pour 2014 relève une situation globale de dépendance à l'égard des financements publics, à l'exception des chaînes franciliennes dont le bassin d'audience permet un financement privé au moyen d'espaces publicitaires à vocation nationale. Le Conseil pointe aussi, de manière globale, la capacité budgétaire et la rentabilité faibles des télévisions locales avec, comme conséquence, des difficultés à obtenir des concours bancaires.

La radio : régulation de la concentration, densification, numérisation

En 2014, le CSA a mis en œuvre la feuille de route qu'il avait détaillée lors des Assises de la radio du 25 novembre 2013. L'engagement s'est ainsi porté sur les trois fronts de la modernisation du régime de la concentration, de l'optimisation de la diffusion analogique et de la progression de la diffusion numérique. Le groupe de travail « Radio », présidé par Patrice Gélinet, a piloté ce programme très complet et structurant auquel le secteur est particulièrement attentif.

S'agissant du régime de la concentration dans le média radio, le Conseil a remis au Parlement son rapport au mois d'avril 2014. Ce document souligne que, si la surveillance de la concentration est nécessaire à la garantie du pluralisme et de l'indépendance de la communication audiovisuelle, une modernisation du principal volet de ce régime qu'est le plafond de concentration pourrait être envisagée. Ce plafond, qui interdit à une même personne de disposer de réseaux hertziens analogiques dont la couverture cumulée dépasserait les 150 millions d'habitants, ou 20 % des audiences potentielles cumulées de l'ensemble des services de radio, publics et privés, analogiques et numériques, ne répond qu'imparfaitement aux nouveaux enjeux de marché de la radio. Outre qu'il ne tient pas compte du développement exponentiel de l'écoute sur internet, sa dimension nationale ne permet pas d'apprécier et de répondre précisément aux enjeux de pluralisme local, qui sont pourtant déterminants pour ce média de proximité. Le Conseil invite donc le Parlement à envisager la réforme, voire la suppression, de ce plafond. La régulation de la concentration pourrait alors s'opérer au moyen des appels à candidatures et du contrôle des opérations de fusion-acquisition entre services, complétés le cas échéant d'une régulation *ex ante* des opérateurs identifiés comme puissants.

Le dynamisme et le pluralisme de la radio exigent une régulation efficace de la concentration, indispensable à une concurrence effective, mais ils réclament aussi les meilleures conditions techniques et technologiques de développement. Ceci implique pour le CSA à la fois d'optimiser l'utilisation de la bande FM et d'approfondir le déploiement d'une offre de radio numérique terrestre.

En effet, dans les conditions actuelles de planification des fréquences, la bande FM s'avère, dans certaines parties du territoire, complètement saturée. Le CSA a proposé d'engager une campagne de densification de la bande FM qui suppose de revoir en profondeur les méthodes de planification. L'évaluation des besoins techniques des radios a fait l'objet d'une importante série de rencontres au sein d'un groupe de travail opérationnel piloté par la direction des technologies du Conseil. Ses travaux ont été structurés autour de deux objectifs : identifier les principes à suivre pour le choix des zones géographiques qui doivent faire l'objet d'un appel à candidatures, en prenant en compte les besoins des auditeurs et des éditeurs ; procéder à une analyse des principes techniques de planification des fréquences et identifier, le cas échéant, les évolutions possibles. Les résultats de ces échanges fourniront le socle d'une consultation publique préalable à un réaménagement des plans de fréquences, qui pourrait alors être décidé.

Parallèlement, le Conseil a poursuivi ses campagnes de recherche et de mise à l'appel de fréquences disponibles, comme dans les ressorts des comités territoriaux de l'audiovisuel de Lyon et de Caen où certaines zones, compte tenu de la répercussion potentielle de l'appel sur le marché en cause, font l'objet de l'étude d'impact exigée désormais par la loi du 15 novembre 2013.

Au-delà du renforcement des réseaux hertziens analogiques, la numérisation de la radio a été au centre des travaux du régulateur en 2014. Au mois d'octobre, le Conseil a constaté que 13 des 14 multiplex RNT autorisés dans les zones de Marseille, Nice et Paris en 2013 étaient entrés en service, diffusant désormais près de cent programmes, essentiellement selon la norme DAB+ adoptée en août 2013. L'année 2014 marque ainsi le lancement concret de ce mode de diffusion, sans qu'on puisse cependant préjuger du rôle que la RNT aura précisément vocation à tenir, entre le socle historique de la FM et la radio sur IP de plus en plus utilisée, notamment au moyen d'applications mobiles.

C'est à cette question que le rapport du CSA « *Évolution des modes de diffusion de la radio : quel rôle pour la diffusion numérique terrestre ?* » s'est attaché à répondre. Remis aux pouvoirs publics et publié le 21 janvier 2015 au terme de plusieurs mois d'auditions et d'une ultime consultation publique, ce document invite à saisir l'ensemble des opportunités de diffusion de la radio. Il rappelle également qu'il appartient au régulateur, tout en veillant à la préservation des équilibres du secteur, de mettre en œuvre le choix, que le législateur a exprimé à quatre reprises, de développer la plate-forme RNT en France. Le Conseil poursuivra ce développement en 2015 en préparant le lancement de nouveaux appels à candidatures.

L'impact des autorisations délivrées par le CSA

La loi du 15 novembre 2013 a porté l'accent sur les méthodes de la régulation, introduisant l'exigence de l'étude d'impact préalable aux principales décisions de gestion de la ressource hertzienne. Elle a aussi voulu que le CSA rende compte *a posteriori* de cette gestion à l'occasion de son rapport public annuel. Cette exigence nouvelle, dont le rapport pour 2013 proposait une première traduction, est pour 2014 précisément mise en œuvre et détaillée dans une étude de 35 pages insérée dans le rapport. S'agissant de la radio, le Conseil signale d'emblée que l'évaluation *ex post* de

l'impact des autorisations de fréquences délivrées en 2014 a vocation à se poursuivre sur un mode pluriannuel. Quant à la télévision, l'année 2014 permet, notamment, une évaluation plus précise de l'impact des autorisations délivrées en 2012 pour l'exploitation des six nouvelles chaînes nationales de la TNT en haute définition.

L'économie des programmes : l'année sportive du CSA

L'inflation constante des droits d'exploitation audiovisuelle des manifestations sportives pose des questions cruciales pour les éditeurs qui se livrent à une vigoureuse compétition et procèdent à des investissements de plus en plus importants et risqués.

Des problèmes de concurrence peuvent ainsi apparaître, comme cette année pour l'attribution des droits du Top 14, en rugby. L'avis du CSA, fidèle au rapport du groupe de travail « Économie de l'audiovisuel » que présidait Emmanuel Gabla, a été sollicité par l'Autorité de la concurrence, qui en a tenu compte dans sa décision du 30 juillet 2014.

La situation du marché des droits sportifs pose aussi une question sensible d'accès du public à l'information sportive, à mesure que les grands rendez-vous sportifs migrent de la télévision gratuite généraliste vers des services payants thématiques. En 2012, le Code du sport a transféré au CSA la responsabilité, auparavant exercée par le Gouvernement, de garantir que l'exploitation des droits sportifs par leurs titulaires ne fasse pas obstacle à l'information du public en fixant les conditions de diffusion de brefs extraits de compétitions sportives. La mise en œuvre de la première délibération du 15 janvier 2013 a fait rapidement ressortir la nécessité d'assurer un meilleur équilibre entre les droits du public, la liberté éditoriale des télévisions et la valorisation des droits sportifs. Une très large concertation, pilotée pendant 18 mois par Christine Kelly à la tête de la mission « Sport », a conduit à l'adoption de la nouvelle délibération du 30 octobre 2014, qui favorise l'utilisation des brefs extraits en fonction des événements et des programmes et soutient la diversité des différentes disciplines et pratiques sportives, notamment le sport féminin et le handisport.

Cette dernière novation entre en résonance directe avec la question de l'exposition du sport féminin dans les médias audiovisuels. Celle-ci est actuellement insuffisante, alors que la pratique féminine suscite un intérêt croissant du public et que la médiatisation constitue un levier essentiel de notoriété et de financement pour les professionnelles. Au mois de janvier 2014, le CSA a publié une première étude pointant ces enjeux et organisé dans son sillage une manifestation inédite, « *Les 24 heures du sport féminin* ». Avec le soutien des pouvoirs publics et du mouvement sportif, deux éditions de ces « 24 heures » ont eu lieu, les 1^{er} février 2014 et 27 janvier 2015. Durant ces journées, précédées par une semaine de mobilisation collective, les médias audiovisuels français et francophones ont organisé une programmation spéciale de sport féminin, afin d'insuffler une dynamique de meilleure exposition.

LA DIVERSITÉ CULTURELLE : POUR UNE RÉFORME AMBITIEUSE ET DURABLE

L'année 2014 a été particulièrement marquée par l'intensification des réflexions sur la réforme des soutiens à la création audiovisuelle, qui constituent un pilier de l'exception culturelle française. Il est devenu en effet urgent d'adapter ces régimes aux nouveaux usages des médias, qu'il s'agisse de

la vidéo à la demande ou de la musique en ligne, et plus largement à un environnement globalisé où les œuvres ont vocation à circuler et rayonner.

L'évolution des régimes de soutien à la création

L'année 2013 avait donné lieu à de nombreuses contributions sur les différents volets des régimes de soutien à la création, musicale, cinématographique ou audiovisuelle. Toutes soulignaient le besoin d'une réforme d'ensemble, notamment afin de relever les défis de la numérisation et de la globalisation de la communication.

S'agissant de la musique, le CSA a rappelé, dans une étude communiquée en janvier 2014, la nécessité d'une réflexion sur les obligations de diffusion de chansons françaises pesant sur les radios, en recherchant à la fois une plus grande souplesse et une meilleure efficacité. Une telle adaptation est d'autant plus nécessaire que les nouveaux acteurs de la musique en ligne ne sont, au regard de la loi et des directives de l'Union, ni des radios, ni des services de médias audiovisuels à la demande et ne sont donc pas associés aux dispositifs de mise en valeur de la chanson française.

S'agissant de la contribution des services audiovisuels à la production cinématographique, l'année 2013 s'était achevée par la signature de l'avenant à la convention du service OCS, au terme d'intenses négociations conduites par le CSA entre les organisations professionnelles du cinéma et la chaîne. À l'heure actuelle, l'engagement de nouvelles négociations entre les services audiovisuels et les organisations professionnelles du cinéma est en attente d'une modernisation de l'arrêté du 9 juillet 2009 sur la chronologie des médias. Le CSA, qui devra être consulté sur le projet de nouvelle chronologie rappelle que la modernisation de la chronologie des médias devra à la fois être adaptée aux nouveaux usages audiovisuels et tenir compte de la place de chacun des acteurs de la chaîne du financement du cinéma.

S'agissant enfin de la production audiovisuelle, le Conseil s'est exprimé à deux occasions sur les conditions d'une réforme des régimes de soutien. Il a d'abord communiqué une réponse à la Cour des comptes dans le cadre de son rapport d'avril 2014 : « *Les soutiens à la production cinématographique et audiovisuelle : des changements nécessaires* ».

Il a ensuite, le 2 décembre, au terme d'une large consultation des acteurs, rendu au Gouvernement un avis sur le projet de décret portant modification du régime de contribution à la production d'œuvres audiovisuelles des services de télévision. Cette modification réglementaire entend mettre en œuvre l'assouplissement du régime de contribution des télévisions à la production audiovisuelle indépendante, résultant de la loi du 15 novembre 2013. Ce texte autorise désormais les télévisions à détenir des parts de producteurs dans les œuvres qu'elles financent au titre de leurs obligations d'investissement dans la production indépendante. Cette évolution leur permet ainsi de valoriser, au-delà du cycle de diffusion dans leurs programmes, les œuvres qu'elles ont financées de manière substantielle. Dans son avis, le Conseil rappelle deux données essentielles à ses yeux. D'abord, le système des obligations d'investissement des diffuseurs dans la production audiovisuelle doit encourager l'effort de consolidation de l'industrie de la production, qu'il ne faut pas opposer au maintien d'entreprises très diverses ni à l'installation de nouveaux entrants. Ensuite, le cadre réglementaire doit créer les conditions d'une circulation et d'une exposition optimales des programmes français et européens afin d'en garantir le rayonnement sur le plan tant national qu'international. Cela implique, en particulier, de prévoir la possibilité pour l'éditeur qui a financé l'œuvre de détenir des mandats de commercialisation, sous réserve de l'accord exprès du producteur délégué. À défaut

de mention particulière dans la convention ou le cahier des charges de l'éditeur tenant compte d'accords professionnels, l'éditeur ne pourrait se voir confier de mandats de commercialisation que lorsque le producteur ne dispose pas, pour l'œuvre en cause, d'une capacité de distribution assurant des conditions de commercialisation équivalentes. Plus largement, le Conseil note l'importance de l'outil conventionnel pour assurer un pilotage efficient des investissements des éditeurs dans la production indépendante. Enfin, il souligne que l'avancée notable qu'a marquée la loi du 15 novembre 2013 et que traduit le projet de décret ne rend pas moins nécessaire l'engagement d'une réforme d'ensemble du régime de soutien à la contribution audiovisuelle, tenant compte de toutes les réalités du secteur.

Les SMAD : encourager une réforme d'ensemble

En 2014, le régime juridique des services de médias audiovisuels à la demande (SMAD) est encore en attente d'une réforme d'ampleur, notamment en ce qui concerne les conditions de leur contribution à la création audiovisuelle.

La loi du 15 novembre 2013 a certes précisé et facilité leur régulation par le CSA, en prévoyant une déclaration préalable des SMAD et en leur ouvrant la procédure de règlement des différends devant le Conseil. Mais pour donner à ces nouveaux médias leur plein essor, le régime des SMAD a besoin plus largement d'être adapté aux spécificités de l'économie numérique, marquée par une forte concurrence provenant en particulier d'acteurs extraterritoriaux. C'est ce que le Conseil préconisait dans le bilan d'application du décret de 2010 qu'il a remis au Gouvernement en décembre 2013. Attentif à ces suggestions, le ministère de la Culture et de la Communication a lancé au mois de juin 2014 une consultation sur les perspectives d'évolution de ce décret.

L'arrivée sur le marché français, à l'automne 2014, d'un nouveau service global de vidéo à la demande par abonnement, établi dans un État membre de l'Union européenne doté d'une réglementation moins exigeante, a par ailleurs rappelé les distorsions de concurrence que peuvent provoquer l'application, sous sa forme actuelle, du principe dit du « pays d'établissement » issu de la directive sur les services de médias audiovisuels. Au sein du groupe européen des régulateurs de l'audiovisuel, l'ERGA, qui a été installé auprès de la Commission européenne le 3 février 2014, un groupe de travail présidé par le CSA est désormais chargé de réfléchir à cet enjeu d'application territoriale.

Plus largement, alors que le Conseil d'État consacrait son étude annuelle 2014 au thème « Numérique et droits et libertés fondamentaux », le CSA s'est interrogé sur les enjeux que soulève le développement des services audiovisuels numériques du point de vue de la liberté de communication, de la sauvegarde des principes et des règles de l'État de droit et de la promotion de la diversité culturelle.

Les SMAD en effet, et surtout les services de vidéo à la demande à l'abonnement (VàDA), s'appuient de plus en plus sur des algorithmes de recommandation pour mieux cerner les attentes des usagers et les fidéliser. Ces algorithmes sont nourris par les données personnelles et identifient les préférences individuelles. Or, sans compter les risques pour la vie privée, la question se pose également de l'impact de ces technologies sur la diversité culturelle. Il faut, en effet, demeurer attentif aux conséquences de cette nouvelle forme d'éditorialisation sur la diversité des œuvres proposées au téléspectateur et éviter l'écueil de l'enfermement de l'utilisateur dans ses propres affinités : c'est ce qu'a rappelé à plusieurs reprises cette année Olivier Schrameck, notamment au MIPCOM, le 7 avril, et au Forum de Tokyo, le 5 décembre.

La promotion de la diversité culturelle est également indissociable de la question de la neutralité du net. L'utilisation croissante de la bande passante pour l'accès à la création audiovisuelle devient un enjeu économique et industriel qui mobilise l'ensemble des acteurs, en Europe comme aux États-Unis. Dans ce contexte, le CSA a rappelé sa conception de la neutralité du net dans les contributions qu'il a livrées, en décembre 2014, dans le cadre de la consultation publique organisée par le Conseil national du numérique.

Pour le CSA, l'égalité de traitement des flux de données par les fournisseurs d'accès à internet est une garantie de la liberté de communication, un gage de pluralisme et de diversité et une condition essentielle de l'innovation et de la compétitivité. Mais la non-discrimination des flux n'implique pas pour autant de renoncer à toute politique publique d'exception culturelle. À cet égard, les distributeurs de services audiovisuels, notamment les fournisseurs d'accès à internet à travers leurs services gérés, apparaissent comme des acteurs stratégiques dont il faut préciser la définition juridique et améliorer la régulation. Le CSA propose ainsi, par exemple, d'envisager d'organiser par la voie conventionnelle un droit à la reprise, dans les offres des distributeurs, des services contribuant au financement de la création et à la promotion de la diversité culturelle. Enfin, le CSA souligne que la question de la neutralité ne saurait être circonscrite aux réseaux des opérateurs de télécommunication et doit prendre en compte le rôle crucial joué par les nouveaux distributeurs que sont les grandes plateformes numériques.

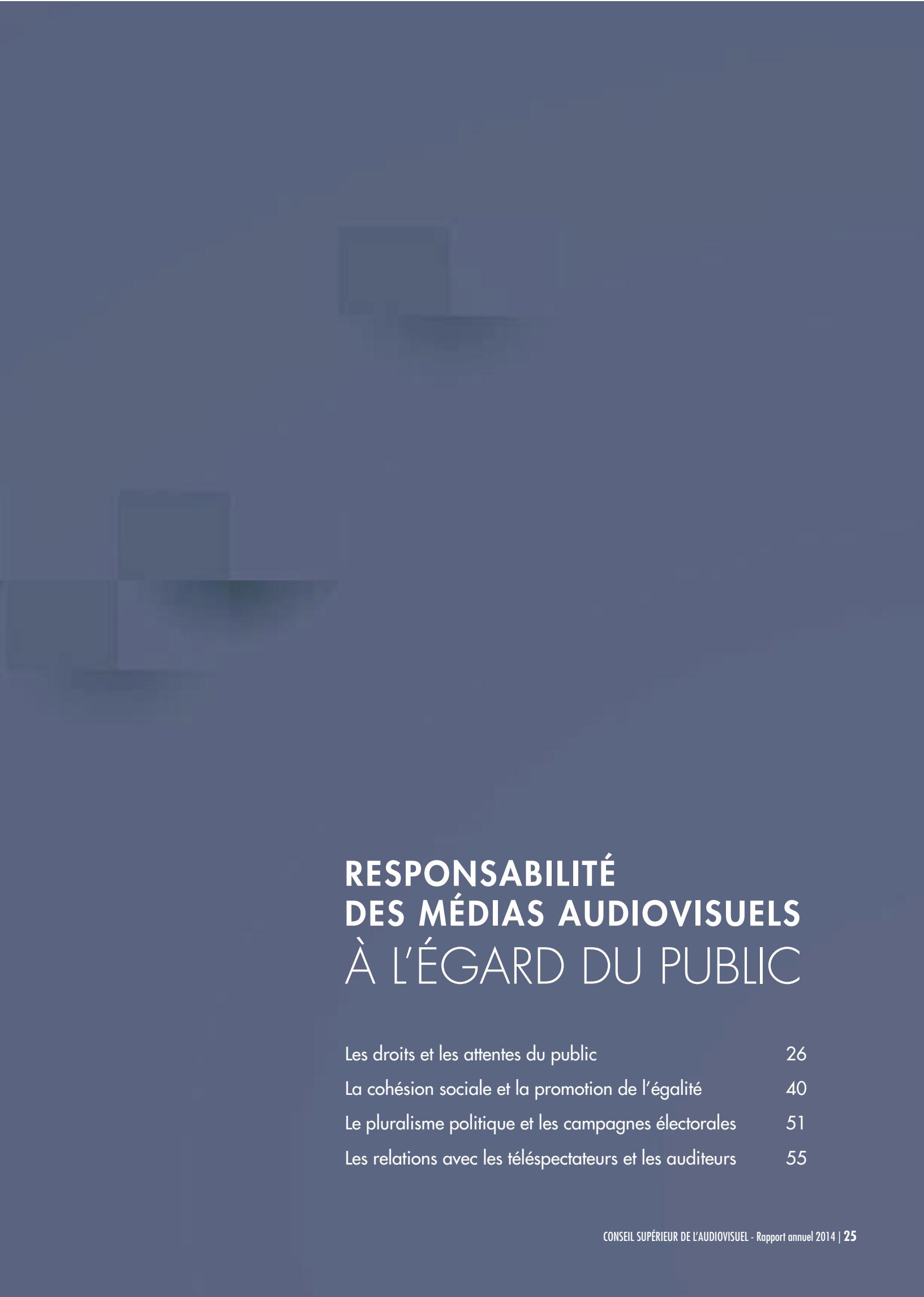
Quelle programmation culturelle pour la télévision publique ?

L'audiovisuel public doit être une référence en matière de programmation culturelle. Cette conviction du Conseil s'est traduite en 2014 par une étude spécifique de l'offre culturelle des chaînes du groupe France Télévisions, publiée au mois de juillet. On y constate que si l'offre culturelle du service public est abondante et complète, avec 9 000 heures diffusées, plus d'un quart de sa programmation, la culture classique, celle des arts et des lettres, est fortement sous-représentée et sous-exposée. Elle ne constitue en effet que 8 % de l'offre culturelle et se trouve, trois fois sur quatre, programmée entre minuit et six heures du matin ; le constat du « trop peu, trop tard » s'impose. Le Conseil suggère en conséquence une série d'actions tendant à mieux les mettre en valeur, notamment par la promotion et la pédagogie que devraient refléter les obligations réglementaires et conventionnelles de France Télévisions.

2014, on l'aura compris, a donc été une année particulièrement riche pour le Conseil supérieur de l'audiovisuel, une année de consolidation et de maturation des conceptions du régulateur sur les trois enjeux clefs du développement économique, de la cohésion sociale et de la diversité culturelle. En 2015, il en portera les fruits hors de ses murs, tout particulièrement au sein du groupement des régulateurs européens dont il conserve la présidence cette année et dont il accueillera les représentants à Paris au mois d'avril, après les deux sessions plénières de mars et octobre 2014, à Bruxelles. C'est en effet au niveau de l'Union que se construira l'avenir de la communication audiovisuelle, par la promotion et le développement d'un grand espace de liberté, de culture et de paix, résistant aux assauts de l'ignorance et de la brutalité qui ont récemment frappé les pays d'Europe, en particulier la France.



ACTIVITÉ DU CONSEIL EN 2014



RESPONSABILITÉ DES MÉDIAS AUDIOVISUELS À L'ÉGARD DU PUBLIC

Les droits et les attentes du public	26
La cohésion sociale et la promotion de l'égalité	40
Le pluralisme politique et les campagnes électorales	51
Les relations avec les téléspectateurs et les auditeurs	55

RESPONSABILITÉ DES MÉDIAS AUDIOVISUELS À L'ÉGARD DU PUBLIC

Loi du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication dispose, en son article 1^{er}, que « *La communication au public par voie électronique est libre* ». Elle énumère ensuite certains grands principes au nom desquels cette liberté peut être limitée, parmi lesquels figurent le respect de la dignité de la personne humaine, le caractère pluraliste de l'expression des courants de pensée et d'opinion, la protection de l'enfance et de l'adolescence, ou encore la sauvegarde de l'ordre public. L'une des grandes missions du Conseil supérieur de l'audiovisuel est de veiller à ce que les médias audiovisuels fassent preuve de responsabilité à l'égard de leur public, en respectant ces grands principes et plusieurs autres dispositions destinées à garantir le droit à l'information, la qualité des programmes, la cohésion sociale et la promotion de l'égalité entre les citoyens. Cette vigilance le conduit à être toujours plus à l'écoute des réactions des téléspectateurs et des auditeurs sur les programmes diffusés.

LES DROITS ET LES ATTENTES DU PUBLIC

DÉONTOLOGIE DES CONTENUS AUDIOVISUELS

Le groupe de travail « Déontologie de l'information et des programmes audiovisuels » a instruit plus de 80 dossiers en 2014, et le Conseil est intervenu à 21 reprises à la suite de manquements de stations de radio ou de chaînes de télévision à leurs obligations déontologiques. Trois mises en demeure ont été prononcées, sept mises en garde adressées et onze courriers de rappel des obligations déontologiques envoyés. Sur ces 21 interventions, 16 concernaient des émissions d'information (dont une mise en demeure et six mises en garde) et 5 portaient sur d'autres programmes (dont deux mises en demeure et une mise en garde). Six interventions ont concerné des stations de radio et 15 des chaînes de télévision.

LE RESPECT DES DROITS DE LA PERSONNE

ATTEINTE À LA PERSONNE HUMAINE ET À SA DIGNITÉ

Au cours de l'année 2014, le Conseil a mis en demeure deux chaînes nationales de télévision au sujet de séquences portant atteinte au respect de la dignité de la personne humaine.

Dans le premier cas, il a estimé que l'évocation, sur le ton de la dérision, « *des corps décédés et mutilés des victimes d'un génocide portait atteinte à la dignité de la personne humaine, et ce en dépit du caractère humoristique de la séquence en cause* » : le 22 janvier 2014, il a mis en demeure la chaîne concernée de respecter les dispositions de l'article 1^{er} et du premier alinéa de l'article 15 de la loi du 30 septembre 1986 relatifs au respect de la dignité de la personne humaine ainsi que ses obligations conventionnelles en la matière. Dans le second cas, il a jugé « *qu'une discussion, dans un climat d'hilarité générale, tendant à établir si une animatrice était ou non décédée, portait atteinte à la dignité de la personne humaine* » : le 19 novembre 2014, il a mis en demeure l'éditeur public qui avait diffusé l'émission de respecter à l'avenir les dispositions de l'article 1^{er} et du premier alinéa de l'article 15 de la loi du 30 septembre 1986, ainsi que ses obligations réglementaires en la matière. Il a également relevé un défaut de maîtrise de l'antenne de la part de l'éditeur concerné.

Le Conseil a mis en demeure un opérateur de réseau satellitaire le 12 novembre 2014 à la suite de la diffusion, sur l'un des services qu'il transportait, de plusieurs séquences qui, montrant des cadavres mutilés, torturés ou démembrés, portaient atteinte à la dignité de la personne humaine. Le Conseil lui a ainsi demandé, d'une part, de respecter, dans le délai de deux mois à compter de la notification de la mise en demeure, le III de l'article 33-1 de la loi du 30 septembre 1986 en informant le service de télévision concerné du régime qui lui était applicable et, d'autre part, de se conformer à l'avenir aux dispositions de ce même article et de veiller à ce que les contrats qu'il conclut dans l'exercice de son activité subordonnent leur application au respect, par les services de télévision transportés, des règles et principes énoncés par cette loi.

Le Conseil a par ailleurs adressé des courriers à plusieurs éditeurs afin de leur rappeler leurs obligations déontologiques relatives au respect de la dignité de la personne humaine.

Il a notamment examiné, lors de sa séance du 5 mars 2014, des propos tenus par un humoriste sur une radio privée en février 2014. Celui-ci faisait référence au génocide intervenu en 1994 au Rwanda. Le Conseil a estimé qu'en dépit de la visée humoristique de l'émission - qui avait pour objet de traiter de façon décalée des sujets d'actualité tels, qu'en l'espèce, l'ouverture du procès d'une personne jugée pour son éventuelle responsabilité dans le génocide perpétré au Rwanda - certains propos étaient marqués par une telle désinvolture outrancière qu'elle pouvait être perçue comme complaisante à l'égard d'un génocide. En conséquence, le Conseil a décidé d'alerter très fermement les responsables de la station à l'égard de ces propos.

Le Conseil est également intervenu après qu'une chaîne d'information en continu a diffusé, dans un reportage consacré au conflit en Centrafrique, des images particulièrement choquantes montrant un homme lynché par des soldats et des civils. Le 26 mars 2014, il a relevé l'absence de floutage du visage de la victime et d'avertissement préalable des téléspectateurs sur le caractère difficilement soutenable des images lors de la première diffusion de ce reportage par la chaîne. Il a appelé fermement l'attention de ses responsables sur la nécessité de respecter leurs obligations conventionnelles en matière de respect de la dignité de la personne humaine et leur a rappelé les orientations de la recommandation du 20 novembre 2013 relative au traitement des conflits internationaux, des guerres civiles et des actes terroristes par les services de communication audiovisuelle.

RESPECT DE LA VIE PRIVÉE ET DU DROIT À L'IMAGE

Le Conseil est intervenu le 29 janvier 2014 à l'encontre d'une chaîne de télévision privée qui, dans un reportage, avait présenté une intervention des services médicaux portant secours à une personne à son domicile, sans avoir recueilli préalablement le consentement des personnes concernées. Il a considéré qu'en procédant ainsi, la chaîne avait méconnu les dispositions de l'article 9 du code civil qui reconnaît à chacun le droit au respect de sa vie privée. En outre, la chaîne n'a pas respecté ses

obligations conventionnelles qui lui imposent de respecter les droits de la personne relatifs à sa vie privée et à son image, et de veiller à ce que le témoignage des personnes sur des faits relevant de leur vie privée ne soit recueilli qu'avec leur consentement éclairé. Il a mis fermement en garde la chaîne contre le renouvellement de tels manquements.

LA RIGUEUR ET L'HONNÊTETÉ DES PROGRAMMES

RIGUEUR ET HONNÊTETÉ DANS LA PRÉSENTATION ET LE TRAITEMENT DE L'INFORMATION

Le Conseil est également intervenu en 2014, lorsque les chaînes de radio et de télévision ont manqué de rigueur dans la présentation et le traitement de l'information.

Saisi par un élu, à la suite de la diffusion sur une chaîne de télévision publique locale d'une rubrique dans laquelle était établi un bilan des mandatures de maires sortants, le Conseil a constaté, le 12 mars 2014, des inexactitudes concernant la présentation du bilan de l'équipe sortante de la commune. Il a considéré que la chaîne avait manqué à son obligation de faire preuve de rigueur dans la présentation et le traitement de l'information et a mis en garde ses responsables contre le renouvellement de tels manquements.

DIVERSITÉ DANS L'EXPRESSION DES DIFFÉRENTS POINTS DE VUE

Le Conseil a été saisi par un autre élu au sujet de la diffusion, sur une chaîne de télévision publique, d'un reportage consacré aux dépenses des collectivités locales et plus précisément de la ville dont il était le maire sortant. Le 26 novembre 2014, il a relevé que les représentants de l'ancienne équipe municipale, dont faisait partie le requérant, n'avaient pas eu l'occasion de donner leur opinion alors que leur gestion financière de la ville était mise en cause dans le sujet. En conséquence, il a adressé un courrier aux responsables de la chaîne leur demandant fermement de veiller à mieux respecter leur obligation d'assurer la diversité des points de vue lorsqu'un sujet prêtant à controverse est abordé à l'antenne et de faire preuve de rigueur dans la présentation et le traitement de l'information.

UTILISATION DE LA CAMÉRA CACHÉE

Le Conseil est intervenu en ce qui concerne l'utilisation, par les chaînes de télévision, de la technique de la caméra cachée.

Il a notamment constaté qu'une chaîne de télévision privée avait diffusé un reportage dans lequel un journaliste s'était infiltré dans la section d'un candidat aux élections municipales. Il a observé qu'une partie importante du reportage avait été tournée en caméra cachée dans des lieux et au cours de moments privés. Il a également relevé que certaines personnes, dans l'entourage du candidat, qui avaient été filmées durant plusieurs semaines en caméra cachée, étaient tout à fait identifiables et n'avaient pas fait l'objet d'un floutage, de même que les locaux du siège de campagne.

Le 16 juillet 2014, le Conseil a considéré que la chaîne avait méconnu ses obligations conventionnelles qui lui imposent notamment, en cas de recours à la caméra cachée, de faire en sorte que les personnes et les lieux ne soient pas identifiables. Il a mis en garde les responsables de la chaîne contre le renouvellement de tels manquements et a indiqué qu'il se montrerait particulièrement attentif aux conditions d'utilisation de ce procédé par l'ensemble des éditeurs.

LES ATTEINTES À L'ORDRE PUBLIC

PROPOS DISCRIMINATOIRES, INCITANT À LA HAINE OU À LA VIOLENCE, OU CONTRAIRES AUX VALEURS D'INTÉGRATION ET DE SOLIDARITÉ

Le Conseil a constaté qu'une station de radio privée avait diffusé une chronique dans laquelle un collaborateur de l'antenne avait affirmé que « *les grandes invasions d'après la chute de Rome sont désormais remplacées par les bandes de Tchétchènes, de Roms, de Kosovars, de Maghrébins, d'Africains, qui dévalisent, violent et dépouillent* ». Il a considéré que la diffusion de ces propos contrevenait au sixième alinéa de l'article 15 de la loi du 30 septembre 1986 qui impose à la radio de veiller « à ce que *les programmes mis à disposition du public (...) ne contiennent aucune incitation à la haine ou à la violence pour des raisons de race, de sexe, de mœurs, de religion ou de nationalité* ». Cette diffusion était également contraire aux obligations conventionnelles de la radio qui lui demandent de veiller à ne pas encourager les comportements discriminatoires à l'égard des personnes en raison notamment de leur origine, de leur appartenance ou non-appartenance, vraie ou supposée, à une ethnie, une nation, une race ou une religion déterminée, et de promouvoir les valeurs d'intégration et de solidarité qui sont celles de la République.

Considérant que ces propos étaient de nature à encourager des comportements discriminatoires vis-à-vis des populations désignées et susceptibles d'inciter à la haine ou à la violence contre celles-ci, le Conseil a, le 4 juin 2014, mis fermement en garde la station afin qu'elle veille, à l'avenir, à respecter scrupuleusement ses obligations déontologiques.

Enfin, le Conseil a été saisi de plusieurs plaintes concernant la diffusion à 20 h 30 sur l'antenne d'une radio d'une séquence présentée comme humoristique, qui présentait les équipes participant à la Coupe du monde de football au Brésil. Au cours de cette séquence, les animateurs avaient attribué des sobriquets aux équipes en compétition.

Le 23 juillet 2014, il a estimé que l'utilisation de certains qualificatifs était susceptible de stigmatiser les peuples visés en les associant à des pratiques criminelles : ainsi les Nigérians étaient désignés comme des « *kidnaperos* », les Algériens comme des « *al-quaïdos* » et les Iraniens comme des « *djihados* ». En conséquence, le Conseil a décidé de rappeler fermement aux responsables de la station les dispositions de l'article 2-4 de sa convention relatif à la vie publique qui dispose notamment que « *le titulaire veille dans son programme à ne pas encourager des comportements discriminatoires à l'égard des personnes en raison de leur origine, de leur sexe, de leur situation de famille, de leur apparence physique, de leur patronyme, de leur état de santé, de leur handicap, de leurs caractéristiques génétiques, de leurs mœurs, de leur orientation sexuelle, de leur âge, de leurs opinions politiques, de leurs activités syndicales, de leur appartenance ou de leur non-appartenance, vraie ou supposée, à une ethnie, une nation, une race ou une religion déterminée* » et celles de l'article 2-10 relatif à la maîtrise de l'antenne qui dispose que « *le titulaire met en œuvre les procédures nécessaires pour assurer, y compris dans le cadre des interventions des auditeurs, la maîtrise de l'antenne et le respect des principes définis aux articles 2-2 à 2-9* ».

Par ailleurs, le Conseil a constaté qu'une chaîne de télévision privée avait diffusé une émission au cours de laquelle un chroniqueur avait tenu des propos offensants à l'égard de la communauté arménienne, notamment en faisant référence au massacre survenu à Maragah en 1992. Le 4 juin 2014, il a considéré que cette diffusion contrevenait aux obligations conventionnelles de la chaîne qui lui demandent de veiller à ne pas encourager des comportements discriminatoires en raison de la race, du sexe, de la religion ou de la nationalité. Il a mis en garde les responsables de la chaîne contre le renouvellement de tels manquements.

SAUVEGARDE DE L'ORDRE PUBLIC ET DIGNITÉ DE LA PERSONNE HUMAINE

Au cours de deux émissions, diffusées sur une station de radio privée et sur une chaîne d'information en continu, et alors qu'il répondait à des questions concernant le comportement de M. Dieudonné M'bala M'bala, un intervenant a tenu des propos très virulents à l'encontre de ce dernier, allant jusqu'à souhaiter sa mort.

Le Conseil a considéré que de tels propos, à l'égard d'une personne nommément désignée, étaient de nature à méconnaître les obligations conventionnelles des éditeurs concernés ainsi que l'article 1^{er} et le premier alinéa de l'article 15 de la loi du 30 septembre 1986 relatifs au respect de la dignité de la personne humaine et à la sauvegarde de l'ordre public.

Les responsables de ces deux éditeurs ont été, le 13 février 2014, mis en garde contre le renouvellement des manquements précités.

JEUNESSE ET PROTECTION DES MINEURS

LA RÉFLEXION SUR L'ÉVOLUTION DU DISPOSITIF DE LA SIGNALÉTIQUE JEUNESSE ET LA MODIFICATION DE LA RECOMMANDATION DU 7 JUIN 2005

À l'issue de la concertation engagée par le Conseil en février 2013 sur l'évolution du dispositif de protection des mineurs et, en particulier, sur les règles encadrant la diffusion des programmes de catégorie III (*Déconseillés aux moins de 12 ans*) avant 22 heures, le Conseil a décidé, le 5 mars 2014, de modifier la recommandation du 7 juin 2005 concernant la signalétique jeunesse et la classification des programmes.

Ces modifications visent principalement à expliciter les deux principes suivants :

- favoriser une programmation familiale entre 6 heures et 22 heures en encadrant de façon plus restrictive la violence au cours de la journée, tout en prévoyant une certaine souplesse pour les programmes traitant d'un sujet historique ou prêtant à controverse : sous réserve du respect du dispositif de classification et aux jours autorisés, ces derniers peuvent être diffusés avant 22 heures dès lors que l'éditeur prévoit un accompagnement pédagogique visant à contextualiser les scènes les plus dures ;
- renforcer le caractère exceptionnel des programmes déconseillés aux moins de 12 ans pouvant être diffusés en première partie de soirée. La recommandation prévoit désormais une limite au nombre de diffusions exceptionnellement admises, à savoir seize par an, dont au maximum quatre œuvres cinématographiques interdites en salle aux mineurs de 12 ans.

Par ailleurs, le Conseil a décidé la mise en place d'un observatoire qui se réunit régulièrement pour échanger sur l'application de la recommandation du 7 juin 2005 modifiée. Son rôle est de faciliter le dialogue entre les professionnels concernés par la protection du jeune public en abordant, sous différents angles, l'impact de la violence de certains films ou programmes sur le jeune public lors de leur passage à la télévision.

LA NOUVELLE CAMPAGNE DE SENSIBILISATION À LA PROTECTION DU JEUNE PUBLIC

Le Conseil a produit en 2014 une nouvelle campagne relative à la signalétique jeunesse.

Celle-ci s'inscrit dans la continuité de la précédente, réalisée en 2011. Le Conseil a estimé nécessaire de poursuivre le travail visant à sensibiliser les jeunes à l'importance de conserver une distance critique face aux images et aux écrans, tout en prenant en compte les nouveaux médias et les nouveaux usages. Il a également estimé utile de replacer le dispositif relatif à la signalétique dans un ensemble plus large d'outils de protection et de bons comportements qui permettent d'assurer une meilleure protection du jeune public face aux contenus inadaptés.

Deux films ont été réalisés à cet effet. Ils montrent des situations où, voyant des enfants confrontés à des programmes violents ou choquants, les adultes interviennent afin d'échanger avec eux sur le contenu regardé. Le message est axé sur la compréhension, le dialogue, notamment intergénérationnel, et le rôle que doivent jouer les adultes auprès des enfants.

Sur les services de télévision ainsi que sur les SMAD, la diffusion de cette campagne s'est déroulée du 20 novembre, journée anniversaire de la signature de la Convention internationale des droits de l'enfant, au 10 décembre 2014.

En 2014, pour la première fois, la campagne a été déclinée sous la forme d'un message radio-phonique faisant écho aux films télévisés. De nombreuses stations de radio se sont volontairement associées à la campagne en diffusant ce message du 24 au 30 novembre 2014, aux heures de grande écoute.

Par ailleurs, deux forums de discussion ont été ouverts sur le site du Conseil consacré à la protection du jeune public pendant la période de diffusion de la campagne. L'un était destiné aux parents et l'autre aux jeunes. Ils leur ont permis de poser des questions et de partager leur expérience. De nombreuses contributions ont été publiées, portant notamment sur la pertinence de la signalétique ainsi que sur la violence dans les bandes-annonces et les programmes diffusés en cours de journée.

LES PRINCIPALES INTERVENTIONS

Le Conseil a relevé, en 2014, 38 manquements aux règles de protection des mineurs justifiant une intervention auprès de services de télévision, de radio ou de médias audiovisuels à la demande. Ces manquements ont donné lieu à l'envoi de courriers de rappel de la réglementation ou de mise en garde, ainsi qu'à une mise en demeure.

À LA TÉLÉVISION

La signalétique et les horaires de diffusion

Le Conseil est intervenu auprès de plusieurs chaînes pour leur signaler que la classification choisie pour un programme n'était pas adaptée. Ses remarques ont concerné des fictions et des émissions de plateau. Le Conseil veille en outre aux conditions d'apposition de la signalétique et fait part aux chaînes des manquements relevés dans ce domaine.

Il est par ailleurs intervenu après avoir considéré que l'horaire de diffusion de certains programmes était inadapté. Il a notamment demandé à des chaînes ayant diffusé une vidéomusique qui comportait des scènes de violence pouvant heurter la sensibilité des plus jeunes de ne la diffuser à l'avenir qu'après 22 heures, conformément à la recommandation du 7 juin 2005 relative à la signalétique jeunesse et la classification des programmes.

Les bandes-annonces

Le Conseil est régulièrement saisi par des téléspectateurs sur la violence des bandes-annonces. Il est vigilant sur le contenu de celles-ci, qui ne doivent pas comporter de scènes susceptibles de heurter la sensibilité du jeune public, et est intervenu auprès d'un éditeur n'ayant pas respecté ces précautions.

Les programmes de catégorie V

Après avoir constaté la diffusion d'une séquence répondant à la définition de la catégorie V (*Déconseillé aux moins de 18 ans*) à l'antenne d'une chaîne n'étant pas autorisée à diffuser cette catégorie de programmes, le Conseil a fermement mis en garde l'éditeur concerné contre le renouvellement d'un tel manquement.

L'intervention de mineurs dans des émissions de télévision

Saisi à plusieurs reprises par des parents ayant constaté la diffusion de l'image de leurs enfants dans des émissions sans leur consentement, le Conseil a rappelé aux chaînes concernées la nécessité de recueillir l'autorisation des titulaires de l'autorité parentale préalablement à toute participation d'un mineur à une émission de télévision, conformément à sa délibération relative à l'intervention de mineurs dans le cadre d'émissions de télévision.

La diffusion des campagnes relatives à la protection du jeune public

Dans le cadre des bilans des chaînes relatifs à l'exécution de leurs obligations, le Conseil a constaté que certaines d'entre elles n'avaient pas diffusé, en 2013, la campagne relative à la signalétique jeunesse et/ou celle relative à la protection des enfants de moins de trois ans. Il a écrit aux chaînes concernées pour leur rappeler que la diffusion de ces campagnes était obligatoire.

SUR LES SERVICES DE MÉDIAS AUDIOVISUELS À LA DEMANDE

En 2014, le Conseil a relevé six manquements à la délibération du 20 décembre 2011 relative à la protection du jeune public, à la déontologie et à l'accessibilité des programmes sur les SMAD.

L'un a consisté en la mise à disposition d'un film sur plusieurs services de vidéos à la demande avec une signalétique que le Conseil a jugée insuffisante.

Le Conseil est par ailleurs intervenu après avoir constaté la diffusion d'un message publicitaire en faveur d'un film faisant l'objet d'une interdiction en salle aux mineurs de douze ans avant le lancement d'un dessin animé proposé dans l'espace de confiance d'un service de télévision de rattrapage.

Un autre manquement relevé consistait en la présentation, en accès libre, d'images promotionnelles en faveur d'un service de vidéo à la demande proposant des programmes de catégorie V, alors que celles-ci auraient dû être isolées dans un espace réservé faisant l'objet d'un verrouillage spécifique.

Ayant constaté la diffusion en journée d'une séquence relevant de la catégorie IV (*Déconseillé aux moins de 16 ans*) sur un service de télévision linéaire ainsi que sa mise à disposition sur le service de rattrapage de la chaîne, le Conseil a écrit à la société éditrice du service afin de lui rappeler que lorsqu'ils sont mis à disposition sur un SMAD à titre gratuit, les programmes de catégorie IV ne doivent être accessibles qu'entre 22 h 30 et 5 heures du matin.

À LA RADIO

Le Conseil a constaté la diffusion d'une séquence à caractère pornographique constituée, d'une part, par une conversation scénarisée d'ordre privé et sexuel entre l'animatrice d'une émission de radio et un auditeur (qui n'était pas informé que ses propos seraient diffusés) et, d'autre part, par l'exécution d'un acte sexuel explicite par ce même auditeur. Il a mis en demeure, le 25 juin 2014, la station concernée de respecter les dispositions de la délibération du 10 février 2004 relative à la protection de l'enfance et de l'adolescence en ne diffusant pas de programmes à caractère pornographique, ainsi que les stipulations de l'article 2-8 de la convention de la station aux termes desquelles les personnes intervenant à l'antenne sont informées, dans la mesure du possible, du nom et du sujet de l'émission pour laquelle elles sont sollicitées.

COMMUNICATIONS COMMERCIALES ET PROTECTION DES CONSOMMATEURS

LA PUBLICITÉ À LA TÉLÉVISION

Les principales règles relatives à la publicité télévisée sont fixées par la loi du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication et par le décret n° 92-280 du 27 mars 1992 fixant les principes généraux définissant les obligations des éditeurs de services en matière de publicité, de parrainage et de téléachat.

DIFFUSION DE MESSAGES PUBLICITAIRES

Le Conseil est intervenu à trois reprises en raison de manquements au respect des conditions de diffusion des messages publicitaires.

La première intervention a consisté à rappeler à l'une des chaînes publiques qu'une émission diffusée sur ce type d'antenne ne peut être entrecoupée d'un écran publicitaire qu'à la seule condition que ses parties soient strictement autonomes. Le Conseil a également écrit à un éditeur qui n'a pas respecté le temps réglementaire minimum entre deux coupures publicitaires lors de la diffusion d'une œuvre cinématographique, ainsi qu'à un éditeur qui a diffusé une publicité en faveur d'un site pour adultes en milieu de journée.

DÉPASSEMENTS DU VOLUME PUBLICITAIRE AUTORISÉ

Dans le cadre des bilans de l'année 2013, un groupe audiovisuel a déclaré des dépassements du volume publicitaire autorisé sur plusieurs de ses chaînes. Ces dépassements concernaient à la fois le temps maximal de publicité autorisé en moyenne horaire quotidienne et celui pour une heure d'horloge donnée. S'agissant de manquements répétés, l'intervention du Conseil a pris la forme de deux mises en garde.

Il a également écrit à un groupe audiovisuel après avoir constaté que deux de ses chaînes n'avaient pas respecté le temps publicitaire autorisé. Ces dernières ont par ailleurs incorrectement identifié la fin d'un écran publicitaire et diffusé à trois reprises un message publicitaire hors écran.

PUBLICITÉ CLANDESTINE

Le Conseil est intervenu à plusieurs reprises au cours de l'année 2014 auprès des services de télévision après avoir constaté la diffusion de séquences constitutives de publicité clandestine.

Il a mis en garde en début d'année un groupe audiovisuel à la suite de la diffusion d'un concours de beauté sur une chaîne ultramarine. De nombreux manquements ont en effet été constatés, relevant pour partie de la publicité clandestine : la citation de marques de vêtements, la remise de lots en dehors de tout parrainage, mais également l'influence du parrain dans la réalisation de l'émission, l'absence de traduction des termes anglais, le manque de visibilité du coût de communication et l'absence de message de sensibilisation pour une annonce en faveur d'un organisme de jeu d'argent.

Il a écrit à deux chaînes locales qui avaient diffusé hors écran publicitaire des rubriques « bons plans » à caractère promotionnel. À l'occasion de cette intervention, le Conseil a rappelé que les logos des partenaires ne pouvaient pas apparaître au générique d'une émission et que le coût de communication d'un service téléphonique surtaxé devait être indiqué dans une taille identique au numéro.

Le Conseil a écrit en début d'année 2014 à deux éditeurs afin d'appeler leur attention sur des pratiques relatives aux mentions des réseaux sociaux. Il a en effet relevé que ces dernières n'étaient pas intervenues de façon ponctuelle et discrète, ce qui est contraire aux recommandations préalablement explicitées par le Conseil dans sa lettre interprétative du 23 janvier 2013.

Le Conseil a constaté, par ailleurs, dans des émissions de téléréalité diffusées sur deux chaînes, la présence de différents logos et/ou marques sur des vêtements repérés par certains candidats. Il a fermement mis en garde l'une des deux chaînes eu égard au nombre important de vêtements relevés et aux manquements répétés en la matière. Il a écrit à la seconde chaîne pour lui rappeler que la présence de marques ou d'inscriptions caractéristiques de marques de vêtements relève de la publicité clandestine prohibée aussi bien sur le service linéaire que sur le service de rattrapage.

Enfin, il est intervenu à trois autres reprises, en raison de l'apparition d'une brève image publicitaire hors écran, de la présentation complaisante d'un objet électronique dans une émission dédiée au sport et de la diffusion d'un reportage sur un club de vacances présenté de manière promotionnelle.

PROMOTION DES PRODUITS RELEVANT DE SECTEURS INTERDITS DE PUBLICITÉ

Le Conseil est intervenu au début de l'année 2014 auprès d'une chaîne locale ultramarine qui a diffusé un message publicitaire en faveur d'un restaurant qui comportait des visualisations de bouteilles d'alcool, ce qui contrevient à l'article L. 3323-2 du code de la santé publique.

Après avoir constaté la diffusion de messages publicitaires assurant la promotion de cigarettes électroniques, le Conseil a envoyé en début d'année 2014 un courrier au ministère chargé de la santé afin de recueillir son avis sur la compatibilité de la diffusion de tels messages avec les dispositions du code de la santé publique. En septembre 2014, le ministère a publié une circulaire définissant les conditions de diffusion des messages publicitaires en faveur des cigarettes électroniques et de ses dérivés.

LE TÉLÉCHAT

Le Conseil est intervenu auprès d'une chaîne locale ultramarine qui n'a pas respecté les conditions de diffusion d'une émission de téléachat ; en effet, cette émission a été diffusée en dehors de la tranche horaire réglementaire, a été interrompue par un écran publicitaire et n'a pas présenté assez clairement les coûts de communication. À l'occasion de cette intervention, il a rappelé dans son courrier à la chaîne certaines dispositions relatives au contenu des publicités, notamment l'absence de visualisation de bouteilles d'alcool et la traduction des mentions étrangères.

LE PLACEMENT DE PRODUIT

Le Syndicat des producteurs et créateurs d'émissions de télévision (SPECT) a plaidé en faveur de l'ouverture de la pratique du placement de produit aux émissions de flux. L'ensemble des acteurs concernés par ce sujet, et notamment les groupes audiovisuels et les associations de consommateurs, ont été reçus pour avis par le groupe de travail « Publicité et protection des consommateurs ». Le Conseil a décidé de ne pas répondre favorablement à cette demande.

LA PUBLICITÉ SUR LES SERVICES DE MÉDIAS AUDIOVISUELS À LA DEMANDE

Comme indiqué précédemment, le Conseil est intervenu après avoir constaté la diffusion d'un message publicitaire en faveur d'un film faisant l'objet d'une interdiction en salle aux mineurs de douze

ans avant le lancement d'un dessin animé proposé dans l'espace de confiance d'un service de télévision de rattrapage (voir page 32).

LA PUBLICITÉ ET LE PARRAINAGE À LA RADIO

Les principales règles relatives à la publicité et au parrainage radiophoniques sont fixées par le décret n° 87-239 du 6 avril 1987.

Après avoir constaté, sur l'antenne d'une station, que l'animatrice d'une émission s'était livrée à la promotion hors écran publicitaire d'un restaurant, en contravention avec les dispositions de l'article 3-3 alinéas 3 et 4 de la convention de la radio, le Conseil a décidé, le 5 novembre 2014, d'adresser une mise en garde aux responsables de la station en leur demandant de veiller, à l'avenir, au respect de la réglementation publicitaire en vigueur.

Par ailleurs, le 22 janvier 2014, le Conseil a consulté les opérateurs radiophoniques au sujet de la possibilité d'admettre des annonces réciproques de programmes entre radios appartenant à un même groupe, annonces qualifiées de « promotion croisée ».

Après avoir examiné les positions et arguments des opérateurs, le Conseil a considéré que cette pratique, sous réserve qu'elle conserve un caractère strictement informatif, n'était pas contraire aux dispositions du décret du 6 avril 1987 et que, dès lors qu'un service était présumé exercer le contrôle d'un autre, au sens de l'article L.233-3 du code de commerce, les services concernés pouvaient annoncer réciproquement leurs programmes. Une lettre interprétative en ce sens a été adressée à l'ensemble des représentants des opérateurs radiophoniques.

Enfin, le Conseil a mis en demeure l'éditeur d'une radio de veiller aux articles 8 et 9 du décret du 6 avril 1987 ainsi qu'aux stipulations de l'article 3-3 de sa convention après avoir constaté, du 29 septembre au 3 octobre 2014, dans une émission parrainée par un distributeur, qu'une séquence de jeu diffusée en direct d'un hypermarché de ce dernier avait été l'occasion de citations répétées de la marque de celui-ci, accompagnées de nombreux commentaires laudatifs en faveur de cette enseigne et de la mise en avant de ses slogans, actuel et passé, par l'animateur de l'émission.

OBSERVATIONS TRANSMISES À LA COMMISSION EUROPÉENNE SUR LE RESPECT DE LA DIRECTIVE *SERVICES DE MÉDIAS AUDIOVISUELS* EN MATIÈRE DE COMMUNICATIONS COMMERCIALES

La Commission européenne a adressé aux autorités françaises un rapport portant sur le respect des dispositions de la directive *Services de médias audiovisuels* en matière de communications commerciales. Elle a demandé aux autorités françaises de lui transmettre leurs observations sur les constats relevés et de l'informer le cas échéant des mesures prises pour remédier aux faiblesses mentionnées. Ce rapport relevait que la majorité des dispositions était respectée. Le point essentiel de la réponse de la France, préparée par le Conseil, portait sur l'engagement de qualifier à l'avenir les annonces de spectacles vivants de messages publicitaires, avec la conséquence qu'elles seront désormais comptabilisées dans le temps publicitaire autorisé. Une seconde réponse est venue compléter ces observations sur les conditions de diffusion des annonces de concours établies dans le cadre d'un parrainage ainsi que sur certaines annonces d'autopromotion.

RAPPORT SUR L'INTENSITÉ SONORE

Conformément à l'article 177 de la loi du 12 juillet 2010 portant engagement pour l'environnement, le Conseil a remis au Parlement au printemps 2014 un rapport sur l'intensité sonore à la

télévision. Il a présenté en particulier les résultats de la campagne de mesures effectuée en 2012 et 2013, qui visait à vérifier le respect par les éditeurs de leurs obligations en termes d'intensité sonore telles que spécifiées dans la délibération adoptée par le Conseil en juillet 2011. Les mesures ont été réalisées sur près d'une centaine de chaînes diffusées sur la TNT, l'ADSL, le câble et le satellite.

S'il a été ainsi constaté que la plupart des chaînes de la TNT avaient pris les moyens nécessaires à la mise en œuvre de la délibération, certaines chaînes ont été identifiées comme n'appliquant pas correctement celle-ci. Il s'agit en particulier de chaînes musicales et de chaînes étrangères diffusées sur des réseaux autres que la TNT. Le Conseil a pu néanmoins observer une diminution de moitié du nombre de plaintes qu'il a reçues entre les années 2011 et 2012, ce qui semble attester l'efficacité et les effets bénéfiques de la mise en œuvre des mesures prises par le Conseil.

En 2014, le Conseil a poursuivi ses mesures sur les chaînes de télévision linéaire, en se focalisant en premier lieu sur les chaînes identifiées dans le dernier rapport comme n'appliquant pas de manière satisfaisante la délibération, en second lieu sur les chaînes de plus forte audience de la TNT qui concentrent le plus grand nombre de plaintes d'utilisateurs. Les contenus non linéaires disponibles en ligne sont parallèlement étudiés, s'agissant notamment de la différence de niveau sonore parfois constatée entre les publicités insérées avant la visualisation du programme (publicités en *pre-roll*) ou entre les publicités et les programmes. Enfin, les pratiques audio en radio FM, et plus spécifiquement les liens entre l'intensité sonore des programmes radiodiffusés et la « puissance multiplex » (voir page 76), sont également examinés.

APPLICATION DE LA CHARTE DITE « ALIMENTAIRE »

Le Conseil a examiné en 2014 les engagements des chaînes au titre de l'application de la charte visant à promouvoir une alimentation et une activité physique favorables à la santé dans les programmes et les publicités diffusés à la télévision : 1 223 heures de programmes entrant dans cette catégorie ont été diffusées en 2013, soit 299 heures de plus que l'année précédente.

La charte du 18 février 2009 étant arrivée à échéance le 31 décembre 2013, un nouveau texte a été signé le 21 novembre 2013. L'année 2014 a donc été la première année d'application de la nouvelle charte alimentaire, en vigueur pour cinq ans. Elle implique désormais trente-six chaînes (contre dix-neuf précédemment) dont les nouvelles chaînes de la TNT, les télévisions ultramarines ainsi que les télévisions locales. Les nouveaux modes de diffusion de la télévision sont dorénavant pris en compte avec les sites internet et la télévision de rattrapage.

Afin d'encourager la conception de programmes pédagogiques sur les bonnes habitudes alimentaires et physiques, le Conseil a, par ailleurs, lancé en mars 2014 un appel à projets aux producteurs et créateurs afin qu'ils lui soumettent des programmes créatifs faisant la promotion d'une bonne hygiène de vie. Quatorze candidatures ont été examinées par un jury composé d'experts en nutrition, de personnalités reconnues pour leurs compétences en matière culinaire, de professionnels de l'audiovisuel, ainsi que d'un représentant des associations de soutien aux personnes souffrant d'obésité. Neuf programmes, dont cinq destinés à la jeunesse, ont été retenus.

ALERTE SANITAIRE AUX ANTILLES

En application de l'article 16-1 de la loi du 30 septembre 1986, le Conseil a contribué à la mise en place du dispositif d'alerte pour la prévention du chikungunya dans les territoires de la Guadeloupe et de la Martinique. Des messages d'alertes sanitaires ont été diffusés sur les chaînes de télévision et les stations radio du réseau Outre-mer 1^{ère} ainsi que sur les services de télévision diffusés locale-

ment par voie hertzienne terrestre à partir du 7 juillet 2014. Certaines radios privées ont également diffusé ces messages sur la base du volontariat. Une aggravation de l'épidémie a nécessité une prolongation de 15 jours de la mobilisation des médias.

SPORT

LE DROIT À L'INFORMATION

En application des dispositions du sixième alinéa de l'article L. 333-7 du code du sport, tel que modifié par la loi du 1^{er} février 2012 visant à renforcer l'éthique du sport et les droits des sportifs, le Conseil a adopté le 15 janvier 2013 la délibération n° 2013-2 relative aux conditions de diffusion de brefs extraits de compétitions sportives et d'événements autres que sportifs d'un grand intérêt pour le public.

Dès l'adoption de cette délibération, le Conseil a considéré nécessaire d'en mesurer rapidement l'impact éditorial et économique sur les pratiques des services de télévision offreurs d'information et sur le financement des activités sportives.

C'est pour cette raison que le Conseil a décidé d'ouvrir une consultation publique sur la mise en œuvre de cette délibération, puis, au vu des éléments recueillis dans ce cadre, a considéré opportun de procéder à une série d'ajustements du texte initial.

Un projet de délibération a été adopté par le Conseil le 19 mars 2014 et a été notifié le 2 mai 2014 à la Commission européenne. Conformément aux dispositions de l'article L. 333-7 du code du sport, le Conseil a également saisi le Comité national olympique et sportif français, qui a rendu un avis favorable sur le projet de délibération le 19 septembre 2014.

À l'issue de cette procédure, le Conseil a adopté la délibération n° 2014-43 du 1^{er} octobre 2014 relative aux conditions de diffusion de brefs extraits de compétitions sportives et d'événements autres que sportifs d'un grand intérêt pour le public, qui est entrée en vigueur le 1^{er} janvier 2015.

Les points d'évolution de l'encadrement juridique des conditions de diffusion de brefs extraits de compétitions sportives sont désormais les suivants :

- extension du droit d'accès des non-détenteurs de droits aux images extraites des retransmissions des compétitions sportives proposées en différé par le détenteur de droits ;
- exclusion des magazines unidisciplinaires du périmètre des émissions d'information pouvant intégrer des brefs extraits ;
- établissement d'une durée maximale de 3 minutes de brefs extraits par journée de compétition ;
- établissement d'une durée maximale de 30 secondes de brefs extraits par rencontre de compétition régulière de sport collectif ;
- suppression du délai minimal de renouvellement des extraits (jusqu'alors fixé à quatre heures) ;
- intégration d'un alinéa prévoyant la limitation à la diffusion de brefs extraits de « l'intégralité moins une » des rencontres de chaque journée de compétition régulière de sport collectif (dans le cas d'une telle compétition ou d'une partie de celle-ci organisée selon une formule à élimination directe, cette disposition s'applique pour le déroulement au cours d'une même journée d'un nombre strictement supérieur à sept) ;
- fixation d'une obligation quantitative annuelle d'exposition effective de 24 disciplines ou pratiques sportives (pratique masculine, pratique féminine, handisport).

LA REPRÉSENTATION DU SPORT FÉMININ DANS LES MÉDIAS AUDIOVISUELS

Le sport féminin connaît un essor indéniable dans la société française. Pour autant, la place qu'il occupe dans les médias audiovisuels est encore limitée. Ce déficit de visibilité est particulièrement avéré à la télévision, où l'ensemble des acteurs du secteur convergent vers un rapport entre les places respectives du sport masculin et du sport féminin de l'ordre de 90 %/10 %. Ce phénomène pèse sur le développement de cette pratique, l'apport des médias ne concernant pas uniquement l'exposition des performances et des compétitrices, mais permettant également de générer des recettes issues de la vente de droits télévisuels par les fédérations et les ligues, ainsi qu'un ensemble de flux financiers liés à l'amélioration de la visibilité des annonceurs, sponsors et parrains et à l'accroissement de la notoriété des compétitions auprès du public.

Au cours de l'année 2013, le Conseil avait mené une large concertation, associant télévisions et radios, acteurs institutionnels et économiques du monde sportif, ainsi que des athlètes de haut niveau, sur la médiatisation du sport féminin, son organisation et la structuration du marché des droits audiovisuels des compétitions sportives féminines.

À l'issue de ce cycle d'auditions, le Conseil a rendu public en janvier 2014 un rapport sur les enjeux du développement de la représentation du sport féminin dans les médias audiovisuels et formulé cinq préconisations à l'égard des éditeurs de services de télévision et de radio pour améliorer l'exposition du sport féminin :

- mettre en œuvre les moyens de tendre vers une représentation équitable des performances sportives masculines et féminines dans les choix de retransmission des chaînes de télévision et des stations de radio ; à cet effet, l'instauration de mécanismes de sous-licences et de circulation des droits pourrait être encouragée afin d'éviter les pratiques de gel de droits dommageables à l'exposition du sport féminin ;
- garantir une exploitation équilibrée des droits de diffusion audiovisuelle des compétitions sportives masculines et féminines de même niveau, acquis de manière couplée par un éditeur de télévision ;
- développer une politique d'offres conjointes, dans la mesure du possible, en réponse aux appels pour l'acquisition de droits de diffusion permettant de combiner l'exposition des compétitions sportives féminines entre chaînes gratuites et chaînes payantes ;
- améliorer l'exposition du sport féminin et la couverture de l'actualité des compétitions sportives féminines dans les émissions d'information proposant du sport (éditions de journaux et magazines pluridisciplinaires), en particulier lorsqu'elles sont diffusées à des heures de forte audience ;
- veiller à la présence des personnels féminins au sein des rédactions sportives des télévisions et radios, afin d'assurer une juste représentation des femmes dans le domaine du sport pour ce qui est de la présence à l'antenne et de la conception des sujets.

Parallèlement à cette réflexion de fond, le Conseil a lancé un événement dans les médias audiovisuels et en étroite collaboration avec les institutions chargées du sport, susceptible de contribuer à la médiatisation du sport féminin : « les 24 heures du sport féminin ».

Le principe de l'organisation d'une journée consacrée au sport féminin dans les médias ayant reçu l'accord de l'ensemble des éditeurs et un vif soutien de la part du Gouvernement, la date du 1^{er} février 2014 a été retenue dans le cadre d'une concertation avec les pouvoirs publics, les fédérations et ligues sportives, les groupes de télévision et de radio et des représentants des sportifs de haut niveau.

Cette opération a été pilotée par la mission « Sport » du CSA, avec le concours de l'association Femix'Sports, le soutien du ministère des Sports et du ministère des Droits des femmes et en collaboration avec le Comité national olympique et sportif français. L'objectif principal de cette opération était de fédérer l'ensemble des médias audiovisuels, ainsi que les acteurs du monde sportif (fédérations, ligues et clubs professionnels, associations, collectivités locales, entreprises partenaires du sport), pour accorder une visibilité particulière au sport féminin et contribuer à sa meilleure représentation dans les médias.

À l'occasion de cette journée, des actions et manifestations ont ainsi été organisées, à Paris et dans les régions, notamment par le mouvement sportif, afin de mieux faire connaître l'univers du sport féminin, ses pratiquantes et ses athlètes de haut niveau.

Une exposition particulière du sport féminin a été proposée sur les antennes des chaînes de télévision et de radio, à travers des reportages, des magazines de plateau, des retransmissions de compétitions, ainsi que par la couverture des manifestations de la journée :

- une cinquantaine de chaînes de télévision en France, nationales et locales, gratuites et payantes, généralistes et thématiques, ainsi que des chaînes étrangères ou à dimension européenne ou internationale, ont mobilisé leur antenne ;
- l'opération a été retransmise dans 198 pays, touchant plus de 240 millions de foyers ;
- à partir du dimanche 26 janvier 2014, 100 heures de programmes radio et télévisés ont été dédiées au sport féminin et à l'opération, avec près du tiers du temps d'antenne consacré à des reportages et des débats ;
- 25 disciplines sportives ont été présentées.

Cette exposition du sport féminin a également été rendue possible grâce à la coopération de près de 100 athlètes de haut niveau ou personnalités du monde sportif, qui ont accepté d'être les ambassadeurs de l'événement, parmi lesquels Laura Flessel, la marraine de cette journée, Christine Arron, Céline Dumerc, Amélie Mauresmo, Marion Bartoli, Teddy Riner, Camille Muffat (dont le Conseil salue avec tristesse et affection la mémoire) et Franck Cammas.

L'ensemble des parties prenantes a témoigné de sa grande satisfaction devant la réussite et l'impact de l'opération et s'est exprimé en faveur d'une deuxième édition de cette journée pour l'année 2015. Celle-ci a eu lieu le samedi 24 janvier 2015.

QUALITÉ DES PROGRAMMES

Dans le cadre de la mission que lui confie la loi du 30 septembre 1986 de veiller à la qualité et à la diversité des programmes, le Conseil, à l'instar d'autres instances de régulation en Europe, a mis en place depuis 2012 un baromètre de perception de la qualité des programmes par le grand public.

La deuxième vague de ce baromètre a porté sur l'année 2013 (enquête téléphonique auprès d'un échantillon représentatif de la population française de 2 000 personnes âgées de 15 ans et plus, réalisée du 4 au 30 novembre 2013 par l'institut BVA) et a été rendue publique en mars 2014.

LA SATISFACTION DU PUBLIC EST EN RECUL

Les résultats de cette nouvelle vague du baromètre sont dans l'ensemble orientés à la baisse, reflétant une morosité de l'opinion des téléspectateurs et des auditeurs.

Si le média radio obtient toujours une note moyenne supérieure à la télévision (6,97 contre 5,38 sur 10), la satisfaction globale à l'égard de la qualité des programmes des deux médias est en recul (- 2 points pour la télévision et - 3 points pour la radio). Les 15-24 ans sont toujours nettement plus satisfaits que leurs aînés de la qualité des programmes télévisés (6,07 de moyenne), mais c'est aussi chez eux que le recul de la note de satisfaction est le plus important.

À la radio comme à la télévision, les motifs de satisfaction du public restent quasiment identiques aux tendances constatées en 2012 (le respect de la langue française, la capacité des programmes à informer, à cultiver et à s'adresser à toute la famille).

La satisfaction à l'égard de la diversité de l'offre pour ce qui concerne le nombre de chaînes et de stations reçues est stable alors que le paysage s'est enrichi de six nouvelles chaînes depuis la fin 2012.

Les programmes d'information, qui demeurent les mieux notés tant à la télévision qu'à la radio, voient cependant leurs notes de satisfaction baisser dans cette vague, point préoccupant quand on sait que ce type d'émissions contribue fortement à la satisfaction globale à l'égard de la qualité des programmes de ces médias.

La radio est toujours perçue comme plus satisfaisante que la télévision au regard des exigences de représentativité de la société française (sensibilités politiques, diversité, handicap, parité, etc.). L'interactivité avec les auditeurs et la place qui leur est accordée à l'antenne expliquent peut-être en partie cette perception.

La signalétique jeunesse est toujours aussi connue (73 % des personnes interrogées déclarent la connaître), utilisée et de plus en plus légitimée, car la part des parents qui la jugent excessive est en recul. De même, 74 % des personnes interrogées considèrent que le contrôle des contenus vidéo sur internet doit avant tout porter sur la protection de l'enfance et de l'adolescence.

Interrogées pour la première fois sur leur usage des services de vidéo à la demande, 20 % des personnes déclarent utiliser un service payant de vidéo à la demande, un usage qui pourrait progresser grâce aux leviers du prix et du choix.

LA COHÉSION SOCIALE ET LA PROMOTION DE L'ÉGALITÉ

REPRÉSENTATION DE LA DIVERSITÉ

Comme chaque année, le Conseil a assuré en 2014, avec l'Observatoire de la diversité dans les médias audiovisuels, un suivi régulier des actions en faveur de la diversité mises en œuvre par les chaînes de radio et de télévision. Il a veillé à l'application des dispositions prévues dans la délibération du 10 novembre 2009 tendant à favoriser la représentation de la diversité de la société française dans les programmes des chaînes nationales hertziennes gratuites et de Canal+. L'un de ses principaux outils est le baromètre de la diversité, qui évalue la perception de la diversité à la télévision selon les critères de la catégorie socioprofessionnelle, de l'origine perçue, du handicap et de l'âge.

Il a par ailleurs mené des actions ciblées afin, d'une part, de promouvoir la diversité des origines et des âges et, d'autre part, de remédier à la sous-représentation chronique des personnes en situation de handicap.

LE BAROMÈTRE DE LA DIVERSITÉ À LA TÉLÉVISION

Les résultats de la vague 2014 du baromètre de la diversité, publiés en janvier 2015, ont montré une certaine constance par rapport aux résultats de la vague 2013 sur les critères de l'origine sociale, de l'âge et du handicap, avec des résultats globalement insuffisants. S'agissant du critère de l'origine perçue, les résultats sont en baisse par rapport à 2013 (14 % des personnes sont perçues comme non blanches en 2014 contre 16 % en 2013), notamment en ce qui concerne les magazines/documentaires (-3 points par rapport à 2013) et le divertissement (-4 points).

On note cependant une progression très encourageante des résultats de la fiction française (+ 5 points dans la fiction française, + 4 points dans la fiction française hors cinéma, + 3 points dans la fiction récente, de moins de 3 ans). On peut y voir, notamment, l'effet bénéfique de l'action du Conseil sur les responsables des chaînes afin de donner à voir la France dans toute sa diversité. Concernant le rôle tenu par les personnes prenant la parole à l'écran, il est intéressant de constater, dans le genre « fiction », une hausse de la présence des héros perçus comme non blancs.

S'agissant de la représentation des catégories socioprofessionnelles et de l'âge des personnes prenant la parole à l'écran, les résultats de la vague 2014 sont quasi identiques à ceux de 2013. Ainsi les employés, les ouvriers et les inactifs représentent 28 % des personnes indexées en 2014 contre 29 % en 2013 et les catégories socioprofessionnelles supérieures 72 % en 2014, contre 71 % en 2013.

Les plus de 65 ans et les moins de 20 ans restent toujours sous-représentés à l'écran (respectivement 4 % et 3 %). À l'inverse, les 20-64 ans représentent 93 % des personnes prenant la parole à l'écran alors qu'ils ne représentent que 58 % de la population française.

Enfin, et malgré une très légère progression, la représentation du handicap à l'écran est toujours très faible avec un taux à 0,7 % en 2014 contre 0,4 % en 2013.

LES MESSAGES « NOUS SOMMES LA FRANCE »

Parmi ses actions plus ciblées, le Conseil a demandé aux chaînes de rediffuser, le 14 juillet 2014, le message qu'elles avaient diffusé en 2013 afin de promouvoir la diversité des visages, des parcours et des talents autour du slogan « *Nous sommes la France* ». Toutes les chaînes de la TNT gratuite ainsi que Canal+ ont répondu favorablement à cette demande.

LA PRISE EN COMPTE DU HANDICAP

En ce qui concerne le handicap, le Conseil s'est associé au ministère chargé des Personnes handicapées et de la Lutte contre l'exclusion pour mener une action commune afin d'encourager les diffuseurs à recruter des personnes en situation de handicap. À cette fin, une charte à la signature des grands groupes audiovisuels et des écoles formant aux métiers de l'audiovisuel a été élaborée. Sa signature a eu lieu au Conseil le 11 février 2014, date anniversaire de la loi du 11 février 2005 pour l'égalité des droits et des chances, la participation et la citoyenneté des personnes handicapées.

UNE CONVENTION AVEC LE DÉFENSEUR DES DROITS

Dans le prolongement de l'action du Conseil en faveur de la lutte contre les discriminations et de la promotion de la diversité, une convention de partenariat a été élaborée avec le Défenseur des Droits. Les domaines d'intervention des deux institutions étant susceptibles de se recouper, il était

apparu nécessaire de formaliser dans une convention une répartition des compétences ainsi qu'un partenariat plus large s'agissant des échanges d'information et des actions communes de sensibilisation ou d'incitation à destination des services de communication audiovisuelle. Cette convention a été signée le 24 novembre 2014.

L'OBSERVATOIRE DE LA DIVERSITÉ

L'Observatoire de la diversité a été renouvelé dans sa composition avec l'arrivée de nouvelles personnalités : M. Patrick Gohet, nouvel adjoint au Défenseur des Droits en charge de la lutte contre les discriminations ; M. Alexandre Michelin, directeur général de Microsoft Online Media and Publishing ; M^{me} Aurélie Cardin, scénariste et déléguée générale du festival CinéBanlieue ; M^{me} Éléonore de Lacharrière, déléguée générale de la fondation Culture et diversité ; M. Michel Wieviorka, directeur d'études à l'École des hautes études en sciences sociales (EHESS).

Plusieurs grands témoins ont été auditionnés par l'Observatoire en 2014 : M. Pejman Memarzadeh, directeur de l'orchestre de l'Alliance ; M^{me} Caroline Sénéclauze, directrice des Saisons de la solidarité ; M. Claude Bébéar, président-fondateur de l'Institut Montaigne.

LA DIVERSITÉ À LA RADIO

Afin de remédier au vide juridique concernant la représentation à la radio de la diversité de la société française, le Conseil avait inséré, le 2 octobre 2012, dans les nouvelles conventions des opérateurs Europe 1, RMC et RTL, une stipulation relative à ce sujet. Elle impose à ces trois opérateurs de rendre compte au Conseil, annuellement, des actions menées pour promouvoir la diversité. L'année 2014 a été la première année de restitution dans leur rapport annuel des initiatives en faveur de la diversité.

Au-delà des déclarations formelles de ces éditeurs, le Conseil souhaite entamer avec eux et l'ensemble des radios intéressées une réflexion concernant la représentation de la diversité à la radio et la mise en place de dispositifs permettant d'apprécier cette diversité.

Dans le prolongement de cette réflexion, il envisage de réviser la délibération du 10 novembre 2009 pour y inclure tous les éditeurs radiophoniques qui souhaiteront s'y soumettre.

Dans sa séance du 24 septembre 2014, le Conseil a considéré que les dispositions de l'article 3-1 de la loi n°86-1067 du 30 septembre 1986 relatif à la diversité étaient trop imprécises et sans force obligatoire pour pouvoir estimer que le Conseil dispose d'un pouvoir réglementaire en ce domaine.

De manière plus structurelle et indépendamment de l'existence ou des modifications à venir de cette délibération, le Conseil considère que les dispositions de l'article 3-1 de la loi du 30 septembre 1986 relatif à la diversité mériteraient d'être renforcées pour donner davantage d'assise à l'action, notamment réglementaire, du Conseil.

DROITS DES FEMMES

Le groupe de travail « Droits des femmes » avait dressé, en 2013, un état des lieux portant sur la présence des femmes sur les antennes de télévision et de radio (dans les journaux télévisés/parlés, les émissions de plateau, les fictions télévisuelles et les fictions cinématographiques). Il avait également réalisé, auprès des diffuseurs, un travail de sensibilisation à la question de la place et de l'image des femmes sur leurs antennes. Cette action de sensibilisation avait d'ailleurs donné lieu à une prise d'engagements de leur part afin d'atteindre un meilleur équilibre hommes-femmes.

LA LOI SUR L'ÉGALITÉ RÉELLE ENTRE LES FEMMES ET LES HOMMES

L'année 2014 a été marquée par la promulgation, le 4 août 2014, de la loi n° 2014-873 sur l'égalité réelle entre les femmes et les hommes. Celle-ci a inséré un quatrième alinéa à l'article 3-1 de la loi du 30 septembre 1986 aux termes duquel le Conseil « assure le respect des droits des femmes dans le domaine de la communication audiovisuelle. À cette fin, il veille, d'une part, à une juste représentation des femmes et des hommes dans les programmes des services de communication, d'autre part, à l'image des femmes qui apparaît dans ces programmes, notamment en luttant contre les stéréotypes, les préjugés sexistes, les images dégradantes, les violences faites aux femmes et les violences commises au sein du couple ».

Par ailleurs, cette loi a inséré un nouvel article 20-1 A dans la loi du 30 septembre 1986, qui confère au Conseil la responsabilité, en concertation avec les services de communication audiovisuelle concernés, de déterminer les indicateurs qualitatifs et quantitatifs sur la représentation des femmes et des hommes dans leurs programmes.

Les conditions d'application de cette loi devant être précisées sur certains points, il a été décidé, dès le 11 février 2014, qu'une délibération de portée générale qui viserait l'ensemble des services de télévision et de radio concernés par la loi serait mise en œuvre.

Le groupe de travail « Droits des femmes » a donc procédé, de septembre à décembre 2014, à une large concertation avec l'ensemble des services concernés par la loi, afin d'élaborer un projet de délibération. En tout, ce sont 18 auditions qui ont été tenues dans le cadre de ce groupe de travail.

Au cours de ces auditions, les discussions ont porté sur :

- la diffusion de programmes contribuant à la lutte contre les préjugés sexistes et les violences faites aux femmes ;
- l'élaboration d'indicateurs qualitatifs et quantitatifs sur la représentation des femmes et des hommes dans les programmes ;
- les modalités de mise en œuvre de la lutte contre les stéréotypes. Sur ce point, il a été envisagé la mise en place d'un système d'autoévaluation par les chaînes pour les programmes jeunesse, les fictions audiovisuelles et les téléréalités, au regard de grilles de lecture élaborées par le Conseil en partenariat avec le Haut Conseil à l'égalité ;
- la possibilité, facultative, pour les éditeurs de services concernés par la délibération, de prendre, chaque année, des engagements complémentaires à ces indicateurs, en fonction de leur ligne éditoriale spécifique et de leur politique interne.

À l'issue de ces travaux menés en 2014, la délibération relative au respect des droits des femmes dans le domaine de la communication audiovisuelle a été adoptée le 4 février 2015.

ÉTUDES ET INTERVENTIONS

Passé l'état des lieux, le dialogue et les premiers engagements, il a été décidé que l'année 2014 serait centrée sur l'étude plus spécifique des stéréotypes féminins. Elle a en outre donné lieu aux premières interventions du Conseil en matière de respect des droits des femmes.

Deux études sur la présence des femmes ont été reconduites en 2014 : l'une, dans le cadre du baromètre de la diversité et de l'égalité, réalisé par TNS Sofres, et l'autre sur la présence des femmes dans les journaux télévisés/parlés, réalisée par l'Institut national de l'audiovisuel (INA).

La vague 2014 du baromètre a montré que 36 % (contre 37 % en 2013) seulement des personnes prenant la parole à l'écran étaient des femmes alors qu'elles représentent 52 % de la population française et que cette sous-représentation concerne tous les genres de programmes.

Ainsi :

- seulement 34 % des personnes prenant la parole dans les magazines et documentaires étaient des femmes contre 37 % en 2013 ;
- seulement 39 % des personnes prenant la parole dans les divertissements étaient des femmes contre 41 % en 2013.

Cependant, il a été relevé une légère hausse concernant les journaux d'information (35 % en 2013 contre 36 % en 2014) et le sport féminin (15 % en 2013 contre 16 %) même si, pour ce dernier genre de programme, cette sous-représentation est très prononcée.

Concernant le genre « fiction », les résultats sont stables par rapport à 2013 (37 %). Cependant, les résultats de la fiction française sont en baisse : le taux de femmes prenant la parole, qui était de 40 % en 2013, est descendu à 37 % en 2014.

Enfin, l'étude a montré que les femmes étaient davantage mises en avant dans des rôles « principaux » (40 %) que dans des rôles d'héroïnes (32 %), excepté dans les programmes d'information (51 %) puisque, dans ce genre de programme, les femmes représentent la moitié des présentateurs.

S'agissant de l'étude sur la présence des femmes dans les journaux télévisés/parlés, réalisée au cours du premier trimestre 2014, celle-ci a montré que la présence des femmes dans les éditions d'information restait marginale. De légères évolutions ont toutefois été relevées par rapport à ce qui avait été relevé au premier trimestre 2013 :

- une augmentation du nombre d'intervenantes (hors présentatrices et journalistes) dans les éditions d'information des chaînes généralistes (publiques et privées) et des radios (passant de 18,9 % en 2013 à 20,1 % en 2014 pour les chaînes historiques et de 16,5 % en 2013 à 17,7 % en 2014 pour les radios) ;
- une diminution de la part des sujets signés par des femmes à la télévision (de 40,4 % en 2013 à 38,5 % en 2014 sur les chaînes généralistes et de 49,8 % à 45,4 % sur les chaînes d'information) ;
- à la radio, les présentatrices restent très largement minoritaires voire inexistantes : elles ne sont présentes que dans 8,3 % des éditions d'information contre 91,7 % pour les hommes. À l'inverse, on les retrouve dans 76,4 % des éditions des chaînes d'information en continu et dans 61,5 % des éditions des chaînes généralistes.

S'agissant de l'étude plus spécifique des stéréotypes féminins, le groupe de travail « Droits des femmes » a souhaité se concentrer sur certains genres de programmes. Ainsi, il a mené trois études relatives aux stéréotypes dans la fiction audiovisuelle (séries), les émissions de divertissements (télé-réalités) et l'animation sur la base de critères inspirés par les travaux menés par le Haut Conseil à l'égalité entre les femmes et les hommes.

L'étude sur les fictions a montré que, dans les séries les plus récentes, de nouvelles formes de clichés apparaissaient chez les personnages féminins : les héroïnes, séduisantes et séductrices, mènent désormais une vie professionnelle riche au détriment de leur vie privée, la sphère privée apparaissant comme incompatible avec la réussite professionnelle.

L'étude sur les téléréalités a montré que les femmes mises en scène dans ces programmes étaient essentiellement valorisées au travers de leur apparence physique et de leur capacité à séduire.

Toutefois, l'étude a montré que les hommes y étaient, autant que les femmes, objets de stéréotypes.

Enfin, l'étude sur les animations a montré que les filles et les garçons étaient plutôt représentés de manière stéréotypée, à l'inverse des adultes présents dans ces animations.

Enfin, s'agissant des interventions du Conseil, celui-ci est intervenu à deux reprises en 2014, avant l'adoption de la loi n° 2014-873 du 4 août 2014 pour l'égalité réelle entre les femmes et les hommes, en raison de propos à caractère misogyne et graveleux tenus par des chroniqueurs et animateurs sur l'aspect physique de sportives de haut niveau.

AUDIOVISUEL ET ÉDUCATION

L'OBSERVATOIRE MÉDIAS ET ÉDUCATION DU CSA

En juillet 2014, le Conseil a décidé de créer un Observatoire Médias et Éducation afin d'enrichir, sous un angle participatif, les travaux du groupe de travail « Audiovisuel et éducation ».

Il réunit des personnalités aux compétences diverses et complémentaires : professionnels des médias et de la communication, partenaires institutionnels, spécialistes et étudiants en audiovisuel. M^{me} Hélène Carrère d'Encausse, Secrétaire perpétuel de l'Académie française, en est la présidente d'honneur.

Cet observatoire constitue un lieu de réflexion sur le renforcement des liens entre éducation et médias. Instance opérationnelle, il accompagne le Conseil dans son action en formulant des propositions concrètes et en s'associant aux orientations du groupe de travail auprès du monde de l'audiovisuel et tout particulièrement du public.

L'Observatoire se réunit à un rythme trimestriel. Ses deux séances des 15 et 16 décembre 2014 ont conduit à définir les axes de travail qui seront développés à compter de l'année 2015 : étude du cadre juridique et réglementaire existant et des actions menées en France et en Europe, conception d'outils éducatifs et renforcement des liens et du dialogue entre les différents acteurs (médias, pouvoirs publics, société civile, etc.).

LES ACTIONS COMMUNES DU CONSEIL ET DU MINISTÈRE DE L'ÉDUCATION NATIONALE, DE L'ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR ET DE LA RECHERCHE

LA COLLABORATION AVEC LE CENTRE DE LIAISON DE L'ENSEIGNEMENT ET DES MÉDIAS D'INFORMATION (CLEMI)

Le 28 mars 2014, le président du Conseil a été nommé membre du conseil d'orientation et de perfectionnement du Centre de liaison de l'enseignement et des médias d'information (CLEMI).

Le Conseil a, par ailleurs, désigné comme membres de son Observatoire Médias et Éducation la directrice du CLEMI et sa directrice déléguée.

Enfin, le Conseil a décidé, le 16 juillet 2014, de s'associer à la 26^e Semaine de la presse et des médias dans l'école organisée par le CLEMI du 23 au 28 mars 2015 autour du thème « Une info, des supports ».

LE PRIX CSA DU CONCOURS NATIONAL DE LA RÉSISTANCE ET DE LA DÉPORTATION

En 2009, à l'initiative du CSA, une nouvelle catégorie a été créée au sein du Concours national de la résistance et de la déportation : le *Prix CSA* récompense des élèves de collège et de lycée ayant traité le thème annuel sous la forme de travaux audiovisuels. Chaque année, le Conseil reçoit les quatre équipes lauréates de ce prix et organise pour eux une visite d'un lieu emblématique de l'audiovisuel.

Depuis 2013, le jury national du concours compte parmi ses membres deux représentants du Conseil. Le rôle de ce dernier dans l'attribution des prix s'est accru en 2014, puisqu'il a été décidé qu'il effectuerait la dernière présélection des travaux audiovisuels, qui sont ensuite proposés au jury national pour la sélection des lauréats. Le thème sur lequel portaient ces travaux pour l'année 2013-2014 était « La libération du territoire et le retour à la République ».

PROMOTION DE LA LANGUE FRANÇAISE

Il incombe au Conseil, en application de l'article 3-1 de la loi du 30 septembre 1986 modifiée, de veiller « à la défense et à l'illustration de la langue française » dans la communication audiovisuelle, ainsi qu'au respect des dispositions de la loi du 4 août 1994 relative à l'emploi de la langue française. Il est tenu compte toutefois de la décision du Conseil constitutionnel du 29 juillet 1994 qui autorise le libre emploi de mots étrangers.

Le Conseil se montre attentif à la qualité de la langue employée dans les programmes des différentes sociétés de télévision et de radio, tout en étant conscient que la nature même de la communication télévisuelle ou radiophonique impose un style oral et excuse certaines licences que bannirait la langue écrite.

LA CONCEPTION ET LA PRÉPARATION DE LA « JOURNÉE DE LA LANGUE FRANÇAISE DANS LES MÉDIAS AUDIOVISUELS »

La mission « Langue française et Francophonie », s'est principalement consacrée, de mars à décembre 2014, à la conception et à la préparation d'une « Journée de la langue française dans les médias audiovisuels ».

En effet, à la suite du colloque intitulé *Quel avenir pour la langue française dans les médias audiovisuels ?*, qui s'est déroulé le 9 décembre 2013 au Collège de France, à Paris, plusieurs idées avaient été émises, dont celle d'une journée entière consacrée à promouvoir et illustrer la langue française à la radio et à la télévision.

La journée a été fixée au lundi 16 mars 2015, en tenant compte de plusieurs événements : la Semaine de la langue française de la Direction générale à la langue française et aux langues de France (DGLFLF), du 14 au 22 mars 2015, et la Journée internationale de la Francophonie le 20 mars 2015.

LE SUIVI DE L'EMPLOI DE LA LANGUE FRANÇAISE DANS LES MÉDIAS AUDIOVISUELS

Les services du Conseil effectuent régulièrement des relevés linguistiques, complétés par les lettres et les courriels des téléspectateurs et des auditeurs sur les incorrections notées dans les programmes de

télévision et de radio : abus de termes étrangers, liaisons erronées, accords fautifs, prononciations approximatives, oubli du genre des mots, syntaxe défectueuse, impropriétés et barbarismes, recours à un vocabulaire familier, voire grossier, emploi inapproprié de termes à la place d'autres termes, etc. On constate que ce qui heurte le plus le public consiste à 70 % environ dans l'usage abusif de termes ou de titres en anglais (au détriment d'équivalents français), à 21 % dans les incorrections du français utilisé et à 9 % dans l'usage du lexique avec, entre autres, l'emploi de mots grossiers ou d'expressions vulgaires. En 2014, le nombre de courriels a considérablement augmenté (84 % des interventions) par rapport aux récentes années et celui des courriers est moindre (16 % des interventions).

Par ailleurs, Patrice Gélinet a été nommé en 2014 membre de la Commission générale d'enrichissement de la langue française.

ACCESSIBILITÉ DES PROGRAMMES AUX PERSONNES HANDICAPÉES

DES OBLIGATIONS RESPECTÉES

Les obligations en matière d'accessibilité des programmes télévisés aux personnes souffrant de déficience auditive ou visuelle ont été globalement respectées par les chaînes.

LE SOUS-TITRAGE

En matière de sous-titrage à destination des personnes sourdes ou malentendantes, les chaînes publiques et les chaînes privées dont l'audience est supérieure à 2,5 % (TF1, TMC, M6, W9, D8, Canal+) ont l'obligation de sous-titrer la totalité de leurs programmes, hors publicité et dérogations. L'ensemble des chaînes ayant fourni des estimations ont respecté leur obligation. Cela représente pour chaque chaîne un volume de programmes sous-titrés qui se situe dans une fourchette allant de 5 750 à 8 215 heures. Pour des raisons principalement techniques, France Ô n'a pu sous-titrer 100 % de ses programmes.

Programmes accessibles en 2014
(volumes horaires et pourcentages, hors publicité et dérogations)

Chaînes	Volume annuel accessible (en heures)
France 2	7 959
France 3 national	6 961
France 4	8 161
France 5	8 215
France Ô	7 188
TF1	6 941
TMC	7 342
M6	7 060
W9	7 374
D8	5 750
Canal+	8 000

Source : Estimations fournies par les chaînes début 2015.

Programmes accessibles en 2014
(Volume horaires et pourcentages, hors publicité et dérogations)

Chaînes	Obligation de sous-titrage en 2014	Volume annuel accessible en heures)	En % du volume
Chaînes de la TNT gratuite			
Chérie 25	30 %	2 162	31 %
D17	30 %	2 452	33 %
Gulli	20 %	2 625	30 %
HD1	30 %	5 715	75 %
L'Équipe 21	30 % (heures de grande écoute)	794	31 %
Numéro 23	30 %	2 414	34 %
NRJ 12	40 %	2 711	43 %
NT1	60 %	6 094	89 %
RMC Découverte	30 %	2 535	32 %
6Ter	50 %	5 660	75 %
Chaînes de la TNT payante			
Canal+ Cinéma	40 %	6 000	79 %
Canal+ Sport	40 %	2 700	40 %
Eurosport France / Eurosport 2	400 heures	597 heures	-
Paris Première	40 %	3 229	47 %
Planète+	40 %	3 794	47 %
TF6	40 %	3 272	41 %

Source : *Estimations fournies par les chaînes début 2015.*

Pour les chaînes hertziennes dont l'audience est inférieure à 2,5 %, le tableau ci-dessus donne les volumes annuels sous-titrés ainsi que le pourcentage que ce volume représente.

Les trois chaînes d'information de la TNT (BFM TV, I-Télé et LCI) disposent d'obligations particulières. Elles doivent mettre à l'antenne trois journaux télévisés sous-titrés et un journal télévisé traduit en langue des signes du lundi au vendredi, ainsi que quatre journaux télévisés sous-titrés le week-end et les jours fériés. En 2014, BFM TV, I-Télé et LCI ont globalement respecté leur obligation.

Le premier contrat d'objectifs et de moyens de France Médias Monde, signé le 9 avril 2014 et portant sur les années 2013-2015, indique qu'« *au terme du présent contrat d'objectifs et de moyens (COM), France Médias Monde s'engage à proposer au moins deux journaux télévisés par jour sur la version française de France 24 accessibles aux personnes sourdes et malentendantes grâce à un sous-titrage adapté. Le prochain COM aura pour objectif d'intensifier cet effort avec les moyens associés* ».

L'article 18 de la loi du 30 septembre 1986 demande au CSA de fournir des informations permettant « *de mieux apprécier le coût [du] sous-titrage et de la traduction en langue des signes pour les sociétés nationales de programmes, les chaînes de télévision publiques et tous autres organismes publics qui développent ces procédés* ». Selon les éléments fournis par les éditeurs, le coût du sous-titrage se situe dans une fourchette allant de 311,4 € à 1 050 € HT l'heure selon le type de programmes. Le coût horaire moyen de la langue des signes est, quant à lui, plus difficile à déterminer.

L'AUDIODESCRIPTION

En 2014, TF1, M6, W9, D8 et Canal+ ont souscrit de nouveaux engagements en matière d'offre de programmes audiodécris à destination des personnes aveugles ou malvoyantes.

Le tableau ci-après récapitule l'ensemble des obligations des chaînes de la TNT et indique le nombre de programmes audiodécris diffusés en 2014.

Programmes audiodécris diffusés en 2014

Chaînes	Obligation minimale en 2014	Programmes diffusés (en nombre)
France Télévisions	1,5 programme par jour (soit 547)	780 programmes
TF1	60 programmes dont au moins 30 inédits	113 programmes dont 34 inédits
M6	60 programmes dont au moins 30 inédits	78 programmes dont 44 inédits
Canal+	60 programmes inédits	104 programmes
TMC	12 programmes inédits	21 programmes dont 17 inédits
W9	14 programmes inédits	170 programmes dont 54 inédits
D8	6 programmes inédits	6 programmes inédits
HD1	6 programmes inédits	34 programmes dont 12 inédits
6Ter	6 programmes inédits	18 programmes dont 7 inédits
Chérie 25	6 programmes inédits	6 programmes inédits
Numéro 23	6 programmes inédits	10 programmes inédits
RMC Découverte	6 programmes inédits	7 programmes inédits
L'Équipe 21	6 programmes inédits	6 programmes inédits

Source : Estimations fournies par les chaînes début 2015.

Au regard des éléments fournis au Conseil, l'ensemble des chaînes a respecté et même souvent dépassé les obligations qui leur sont fixées.

Par ailleurs, bien que n'étant soumis à aucune obligation en la matière, Gulli a indiqué au Conseil avoir diffusé en 2014 deux films d'animation en audiodescription (*Kirikou et la sorcière* et *Kirikou et les bêtes sauvages*).

Dans le cadre du contrôle des obligations d'investissement des chaînes dans la production d'œuvres audiovisuelles et de leur possibilité de valoriser des dépenses liées « à l'adaptation aux personnes aveugles ou malvoyantes des œuvres prises en compte au titre de l'obligation », le Conseil a relevé un coût moyen de l'audiodescription d'environ 4 000 € par programme au titre de l'exercice 2013.

LA LANGUE DES SIGNES

Il n'existe pas d'obligation de traduire des émissions en langue des signes française (LSF) hormis les engagements spécifiques des chaînes d'information. Cependant, France Télévisions a diffusé en 2014 environ 150 heures de programmes en LSF. France 2 a diffusé deux bulletins d'information à 6 h 30 et 8 h 30 dans le cadre de l'émission *Télématin* ; France 3 a programmé les *Questions au Gouvernement* ; France 5 a diffusé les émissions *L'Œil et la Main* ainsi qu'un programme ludo-éducatif pour les plus petits, *Clé à Molette & Jo* ; les chaînes du réseau Outremer 1^{ère} ont programmé *Papillon volé*, un magazine mensuel de 26 minutes diffusé aux Antilles et en Guyane et le journal quotidien de Réunion 1^{ère}.

Les chaînes d'information BFTV, I-Télé et LCI ont proposé, en semaine, un journal télévisé traduit en LSF pour un volume annuel global d'environ 150 heures.

Il existe également, à l'intention des enfants, plusieurs émissions d'apprentissage de la LSF. Gulli a ainsi diffusé les émissions *Fais-moi signe* et *Mes tubes en signe* pour un volume horaire annuel de plus de 6 heures.

M6 a diffusé, pour un volume annuel d'environ 3 heures, le programme destiné au jeune public, *Kid & Toi*.

UNE CHARTE POUR LA QUALITÉ DE LA LANGUE DES SIGNES

Une charte de qualité pour l'usage de la langue des signes française dans les programmes télévisés a été signée au CSA le 15 janvier 2015. Elle impose à ses signataires une attention particulière au respect du sens du discours lors de l'interprétation en langue des signes et au respect de la langue française quelle que soit la « langue source » (français oral ou LSF). Les règles inhérentes à l'interprétation professionnelle de programmes audiovisuels (distinction des interlocuteurs en cas d'échanges complexes, indication des informations extra-discursives nécessaires à la bonne compréhension du programme) doivent également être préservées.

Cette charte prévoit une bonne visibilité de l'interprète (une incrustation de l'interprète qui occupe idéalement un tiers de l'image, un cadrage en « plan américain » permettant une lisibilité aisée de tous les signes, une lumière diffuse, etc).

Les signataires s'engagent également à explorer de nouvelles possibilités offertes par la télévision connectée et les nouvelles technologies. Certains exemples sont donnés dans la charte : ajouter un flux de données de signature LSF qui permettrait une incrustation optionnelle d'un avatar ou d'une personne réelle, proposer l'accès à un portail LSF avec une bibliothèque de contenus ou d'instruments ou encore indiquer par un logo significatif que le programme est interprété en LSF.

CONSTATATION DE REPRISE DE L'AUDIODESCRIPTION

Conformément à la loi du 30 septembre 1986, les distributeurs ont l'obligation de reprendre les sous-titres pour les personnes sourdes ou malentendantes et l'audiodescription fournis par les éditeurs. Le Conseil a donc souhaité s'assurer du respect de cette obligation, spécialement sur les chaînes également présentes sur la TNT.

Après avoir élaboré une méthodologie de constatation de la reprise de l'audiodescription en concertation avec le secteur, une campagne a été menée par le Conseil entre décembre 2013 et septembre 2014. Elle a porté sur la reprise, par les principaux distributeurs du satellite, du câble et de l'ADSL,

des flux d'audiodescription diffusés par des chaînes de la TNT. Les résultats ont montré que tous les distributeurs observés ont pris des dispositions permettant une bonne reprise de l'audiodescription sur les chaînes ciblées (et toutes leurs versions disponibles : définition standard, haute définition...) parmi celles distribuées sur leurs réseaux.

Par ailleurs, le Conseil interministériel du handicap (CIH) a sollicité le Conseil afin qu'un groupe de travail se penche sur l'accessibilité de la télévision connectée. Une rencontre avec le secteur a permis de rassembler des contributions non seulement sur l'état des lieux, mais aussi sur leurs actions en cours et en prévision sur ce sujet. Pour ce qui est de l'audiodescription, s'il a été observé qu'elle était reprise aujourd'hui de manière très anecdotique sur les plateformes connectées, certains acteurs ont fait part de leurs projets de la reprendre plus largement. Les préconisations du Conseil adressées au CIH dans le cadre de ce groupe de travail ont porté à la fois sur l'amélioration de la communication sur la disponibilité des contenus audiodécris et la manière d'y accéder, sur l'amélioration de l'accessibilité des interfaces et l'accroissement du nombre de contenus accessibles sur l'ensemble des supports connectés.

Le Conseil étudie enfin la révision de la méthodologie de constatation de reprise de l'audiodescription et du sous-titrage sur les réseaux des distributeurs, afin de l'étendre à l'ensemble des plateformes de visualisation de contenus audiovisuels. Une fois cette méthodologie finalisée, des constatations plus formelles pourront être entreprises afin de servir de base à des initiatives conjointes avec les acteurs pour améliorer l'accessibilité sur l'ensemble des plateformes et des supports de visualisation.

ACCÈS DES ASSOCIATIONS AUX MÉDIAS AUDIOVISUELS

À travers sa commission « Associations-médias audiovisuels », le Conseil s'était donné pour objectif, en 2014, de « *demander à chaque média audiovisuel de définir et rendre publics ses critères d'éligibilité des associations souhaitant être présentes sur son antenne, et inciter les médias à s'appuyer sur les dispositifs existants de contrôle des associations* ».

À cet effet, un guide indicatif des critères communs aux médias audiovisuels pour promouvoir des associations ou fondations à l'antenne a été adopté et publié en juillet 2014. Ce guide, qui s'inscrit naturellement dans le respect de la liberté éditoriale des médias audiovisuels, a vocation à faciliter les relations entre ces deux acteurs ; il permet aux médias audiovisuels de disposer de critères de sélection harmonisés, et aux associations et fondations de connaître ces critères.

LE PLURALISME POLITIQUE ET LES CAMPAGNE ÉLECTORALES

Aux termes de l'article 13 de la loi du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication, le Conseil « *assure l'expression pluraliste des courants de pensée et d'opinion dans les programmes des services de radio et de télévision, en particulier pour les émissions d'information politique et générale* ». Dans l'exercice de cette mission, le Conseil se fonde sur les dispositions des délibérations n° 2009-60 du 21 juillet 2009 relative au principe de pluralisme politique et n° 2011-1 du 4 janvier 2011 plus spécifique à la période électorale.

LES CAMPAGNES ET LES SCRUTINS

L'année 2014 a été marquée par trois consultations qui ont conduit le Conseil à intervenir pour s'assurer du respect des règles particulières régissant le traitement des campagnes électorales par

les services de radio et de télévision. Celles-ci sont définies par la délibération du 4 janvier 2011 qui prévoit, notamment, pendant les six semaines précédant le jour du scrutin, l'application du principe d'équité pour l'accès à l'antenne des candidats, ainsi que des personnalités, des partis et des groupements politiques qui les soutiennent.

En vertu de l'article 16 de la loi du 30 septembre 1986, le Conseil organise, lorsqu'elles sont prévues par les textes, les campagnes officielles audiovisuelles.

Par ailleurs, dans la perspective de l'élection des conseillers départementaux des 22 et 29 mars 2015, le Conseil a adopté une recommandation spécifique à l'attention des éditeurs.

ÉLECTIONS DES CONSEILLERS MUNICIPAUX ET DES CONSEILLERS COMMUNAUTAIRES (23 ET 30 MARS 2014)

Conformément à l'article 16 de la loi du 30 septembre 1986, le Conseil a adopté, le 20 novembre 2013, la recommandation mettant en œuvre, entre le 10 février et le 30 mars 2014, le cadre juridique applicable au traitement de la campagne en vue de l'élection des conseillers municipaux et des conseillers communautaires, en lien avec les règles générales posées dans sa délibération du 4 janvier 2011 relative au principe de pluralisme politique en période électorale.

Pendant la période d'application de sa recommandation, le Conseil a procédé à l'examen régulier des temps de parole des candidats et des formations politiques qui les présentaient, afin de s'assurer du respect par les éditeurs du principe d'équité.

De manière générale, les dispositions de la délibération du 4 janvier 2011 ont été respectées. Le Conseil a ainsi exprimé sa satisfaction à de nombreux éditeurs, notamment locaux, en relevant que le principe d'équité avait été bien appliqué concernant les interventions des personnalités politiques engagées dans la campagne électorale sur le plan national comme sur le plan local.

ÉLECTION DES MEMBRES DU CONGRÈS ET DES ASSEMBLÉES DE PROVINCE DE LA NOUVELLE-CALÉDONIE (11 MAI 2014)

Entre le 31 mars et le 11 mai 2014, le Conseil a veillé à ce que les services de radio et de télévision se conforment aux dispositions de la délibération du 4 janvier 2011 et de la recommandation complémentaire, adoptée le 26 février 2014 après avis du gouvernement de la Nouvelle-Calédonie, dans le traitement de la campagne en vue de l'élection des membres du congrès et des assemblées de province de la Nouvelle-Calédonie.

Les services de radio et de télévision diffusés localement étaient tenus de transmettre chaque semaine le relevé des temps d'intervention des candidats et de leurs soutiens. Ce dispositif a permis au Conseil de s'assurer du respect du principe d'équité qui devait prévaloir entre les listes de candidats.

Parallèlement, en application de l'article 16 de la loi du 30 septembre 1986, le Conseil a organisé la campagne officielle audiovisuelle prévue à l'article L. 404 du code électoral. Il en a confié la production à la société France Télévisions. Les listes habilitées de candidats ont ainsi pu faire valoir directement leurs propositions aux électeurs sur les services de radio et de télévision de Nouvelle-Calédonie 1^{ère} au cours des deux semaines précédant le jour du scrutin, sous la supervision des représentants du Conseil présents sur place.

ÉLECTION DES REPRÉSENTANTS AU PARLEMENT EUROPÉEN (24 ET 25 MAI 2014)

Immédiatement après les élections municipales, la vie politique s'est polarisée sur la campagne en vue de l'élection des représentants au Parlement européen. Le Conseil est intervenu dès le mois d'avril 2014 pour définir le cadre juridique permettant de garantir la représentation pluraliste des différentes listes et de leurs soutiens dans les médias audiovisuels, en adoptant la recommandation n° 2014-2 du 2 avril 2014 relative à ce scrutin. Il a également mis en place les conditions nécessaires à la production des émissions de la campagne officielle audiovisuelle qui a permis à 27 formations politiques en métropole et à 19 listes outre-mer de présenter les éléments de leurs programmes.

Les élections européennes portant sur la désignation des 74 représentants de la France au Parlement européen dans le cadre de huit circonscriptions distinctes, les médias audiovisuels devaient veiller, conformément à la délibération du 4 janvier 2011, à exposer équitablement, d'une part, les listes de candidats en lice dans les circonscriptions présentées à l'antenne et, d'autre part, les personnalités politiques appelées à s'exprimer sur les enjeux nationaux du scrutin.

À compter du 14 avril 2014, les 28 services de radio et de télévision ainsi que les 3 réseaux locaux mentionnés dans la recommandation du 2 avril 2014 ont transmis chaque semaine au Conseil les temps de parole des candidats et de leurs soutiens relevés sur leurs antennes. Ces temps ont été vérifiés par le Conseil pour s'assurer du respect du principe d'équité et, dans un souci de dialogue constant avec les éditeurs, pour procéder, le cas échéant, aux ajustements nécessaires. Les temps de parole portant sur les enjeux nationaux du scrutin ont été régulièrement publiés sur le site internet du Conseil.

Le Conseil a établi un bilan positif du traitement de la campagne électorale dans les médias audiovisuels, mais il a déploré que certains éditeurs privés importants n'aient pas jugé nécessaire de lui accorder une couverture à la hauteur de l'enjeu. S'il a constaté que le principe d'équité qui s'appliquait aux interventions des représentants des partis politiques et des candidats avait été globalement respecté, il a relevé que ce résultat n'a été atteint, au prix d'alertes répétées de sa part, que dans l'ultime phase de la campagne électorale.

Conformément à l'article 19 de la loi n° 77-729 du 7 juillet 1977 relative à l'élection des représentants au Parlement européen, les partis politiques désignés par un groupe de l'Assemblée nationale ou du Sénat, ceux auxquels s'étaient rattachées des listes présentes dans au moins cinq circonscriptions de métropole et les listes présentes dans la circonscription outre-mer ont bénéficié d'un accès aux émissions de la campagne officielle audiovisuelle diffusée sur les chaînes publiques France 2, France 3, France 5, Outre-mer 1^{ère} (radio et télévision), France Inter, RFI et France 24.

Au total, 152 émissions ont été diffusées pendant les deux semaines précédant le jour du scrutin. Les autres partis politiques, au nombre de 18, ont bénéficié de 72 émissions au total. Ces émissions ont été produites avec les moyens de la filière production de France Télévisions.

MAÎTRISE DU COÛT DES CAMPAGNES OFFICIELLES AUDIOVISUELLES

Le Conseil a formalisé dans un protocole avec France Télévisions les modalités de mise en œuvre des opérations de production des campagnes officielles audiovisuelles afin de s'assurer de la qualité technique des émissions, de leur bonne exposition lors des diffusions, de leur conformité à la loi en termes de contenu et, tout particulièrement, de la maîtrise de leur coût.

Ce protocole doit aboutir à une plus grande anticipation par France Télévisions des opérations de production pour maximiser le recours à des moyens humains et matériels locaux ou régionaux, notamment issus des stations Outre-mer 1^{ère}, et à privilégier les prestations les plus économes, en faisant jouer chaque fois que cela sera utile la mise en concurrence, tout en préservant une qualité de production conforme aux normes des antennes concernées par l'obligation de diffusion de ces campagnes.

CONCERTATION SUR LES CAMPAGNES ÉLECTORALES

À l'issue des campagnes électorales du premier semestre de l'année 2014, le Conseil a estimé qu'une réflexion globale était nécessaire sur l'adéquation des textes législatifs et réglementaires en vigueur avec la liberté d'informer et l'expression pluraliste des courants de pensée et d'opinion. À cette fin, il a rendu publics un rapport détaillé sur chacune des trois élections concernées et un document recensant les questions qui résultent de ses constatations et contenant des propositions qu'il a souhaité soumettre à la concertation. L'ensemble de ces documents est consultable sur le site internet du Conseil¹.

En conséquence, le groupe de travail « Pluralisme et campagnes électorales » a ouvert un cycle d'auditions pour recueillir l'avis de l'ensemble des parties prenantes, notamment les pouvoirs publics, les éditeurs de services de radio et de télévision, les formations politiques et les experts qualifiés. Le Conseil rendra les conclusions de cette consultation dans le courant de l'année 2015.

RECOMMANDATION EN VUE DE L'ÉLECTION DES CONSEILLERS DÉPARTEMENTAUX (22 ET 29 MARS 2015)

Le 26 novembre 2014, le Conseil a adopté une recommandation aux services de radio et de télévision en vue de l'élection des conseillers départementaux des 23 et 30 mars 2015 qui complète, pour ce scrutin, la délibération du 4 janvier 2011.

Cette recommandation précise les modalités d'application du principe d'équité dans les circonscriptions pour lesquelles l'article L. 191 du code électoral prévoit que les candidatures sont présentées sous la forme de binômes de candidats. Elle définit, pour les éditeurs de services dont l'offre en matière d'information et l'audience sont les plus significatives, les modalités du relevé et de la transmission du temps d'intervention des binômes de candidats, des partis et groupements politiques et de leurs soutiens, auxquelles ils doivent satisfaire pendant sa période d'application. Compte tenu de la dimension locale du scrutin, les services de télévision diffusés par voie hertzienne à vocation locale ont été intégrés à ce dispositif.

HORS PÉRIODE ÉLECTORALE

La délibération du 21 juillet 2009 s'articule autour de l'obligation pour les éditeurs d'accorder à l'opposition parlementaire au moins la moitié du temps d'intervention cumulé du Président de la République (pour ses propos relevant du débat politique national), du Gouvernement, de la majorité parlementaire et des collaborateurs du Président de la République. Les éditeurs doivent également accorder aux partis politiques représentés au Parlement n'appartenant ni à la majorité ni à l'opposition, ainsi qu'aux partis politiques non représentés au Parlement, un temps d'intervention équitable.

¹ www.csa.fr/Etudes-et-publications/Les-autres-rapports.

LES TEMPS D'INTERVENTION DES PERSONNALITÉS POLITIQUES

Le Conseil s'assure du respect des dispositions de la délibération du 21 juillet 2009 chaque trimestre dans les journaux d'information et chaque semestre dans les magazines d'information et les autres émissions des programmes, au vu des relevés des temps d'intervention que les éditeurs sont tenus de lui transmettre. Dès qu'il relève des manquements au principe de pluralisme politique, le Conseil adresse des observations circonstanciées aux éditeurs concernés en leur demandant de procéder, dans les meilleurs délais, aux corrections nécessaires. En 2014, le Conseil n'a pas relevé de manquement majeur au principe de pluralisme politique.

Les temps d'intervention des personnalités politiques, relevés par les éditeurs dans les différentes catégories de programmes et validés par le Conseil, ont été établis pour l'ensemble de l'année 2014. Dans un souci de transparence et pour la complète information du public, ils sont publiés sur le site internet du Conseil.

LES ÉMISSIONS D'EXPRESSION DIRECTE

Considérant qu'elles répondraient au critère de représentativité à l'échelle nationale fixé par l'article 55 de la loi du 30 septembre 1986, le Conseil a ouvert l'accès des émissions dites « *d'expression directe* » à deux nouvelles organisations syndicales et professionnelles, la Coordination rurale et la Confédération paysanne, à compter de l'année 2014.

Néanmoins, compte tenu de leur moindre représentativité dans le secteur professionnel de l'agriculture dont témoignent les résultats des élections aux chambres d'agricultures de 2013, le Conseil a décidé de leur attribuer la moitié du temps d'émission attribué aux autres organisations syndicales et professionnelles.

Quinze organisations syndicales et professionnelles bénéficient dorénavant de cet espace d'expression sur les antennes du service public.

LES RELATIONS AVEC LES TÉLÉSPECTATEURS ET LES AUDITEURS

Régulateur au service des téléspectateurs et des auditeurs, le Conseil s'applique à ce que chaque citoyen puisse obtenir des réponses à ses plaintes et à ses nombreuses questions sur l'audiovisuel. Le public peut entrer facilement en contact avec le Conseil par courriel, par courrier ou par téléphone. Pour chacune des demandes ou plaintes reçues, et quelle qu'en soit la forme, le Conseil attache une grande importance aux réponses apportées, respectant ainsi sa mission de service public.

En 2014, le Conseil a reçu 8 106 lettres, appels ou courriels de téléspectateurs et d'auditeurs, soit une augmentation de 4 % par rapport à 2013.

Sur le volume total des sollicitations de téléspectateurs ou d'auditeurs parvenues au Conseil, 96 % étaient des courriels, 3 % des lettres et 1 % des appels téléphoniques.

Qui écrit au Conseil ? La majorité des messages, lettres ou appels proviennent de particuliers. Les élus, les associations, les entreprises et les cabinets d'avocats saisissent également régulièrement le Conseil.

Pour quelles raisons écrit-on au Conseil ? Dans 45 % des cas, ce sont les programmes proposés par les chaînes de télévision qui font réagir (8 % pour les programmes radio).

Les principales critiques concernent la déontologie des programmes (27 %), le pluralisme et la déontologie de l'information (21 %), et la violence (20 %). Les 12 % restant concernent des remarques plus générales mais qui reviennent régulièrement, comme le trop grand nombre de rediffusions ou l'insuffisante qualité de certains programmes, l'absence de respect des horaires et la diffusion trop tardive du programme de première partie de soirée. De nombreux messages publicitaires, diffusés à la télévision comme à la radio, font l'objet de remarques, tant sur leur quantité jugée excessive que sur leur contenu.

Les problèmes de réception de la télévision et de la radio représentent 13 % des plaintes reçues. Le Conseil veille à apporter une réponse concrète, rapide et efficace, soit en diligentant une enquête technique, soit en suggérant à son correspondant de prendre contact avec l'Agence nationale des fréquences.

Le site CSA Jeunesse, ouvert aux contributions du public pendant la période de diffusion, sur les antennes, de la campagne sur la protection des mineurs (20 novembre – 19 décembre 2014) a reçu, pour sa part, 267 messages en 2014 : 188 sur le forum dédié aux adultes, 79 sur celui des jeunes.

DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE DU SECTEUR AUDIOVISUEL

Les services de médias audiovisuels	58
La régulation des marchés	88
Le financement et la promotion de la création	92

DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE DU SECTEUR AUDIOVISUEL

Le Conseil a pour rôle de s'assurer de la régulation durable d'un secteur audiovisuel en phase de mutation et d'adaptation aux évolutions technologiques et éditoriales qui caractérisent la convergence des médias. En 2014, ces missions l'ont amené à se pencher en particulier sur les évolutions de la plateforme TNT, la diffusion de la radio numérique terrestre, l'émergence de nouveaux acteurs et de nouveaux services qui obligent notre pays à repenser ses mécanismes de régulation, en particulier ceux destinés à soutenir la création audiovisuelle. La reconfiguration que vit le secteur audiovisuel n'est pas seulement technologique. Elle comporte une forte dimension économique et le Conseil veille à apprécier, par des études d'impact comme la loi l'invite à le faire désormais, les conséquences de ses décisions, notamment en ce qui concerne l'équilibre entre les secteurs gratuit et payant de la télévision, la concurrence et le pluralisme. Il a donc accru son expertise économique pour assurer sa capacité d'anticipation des transformations de l'audiovisuel.

LES SERVICES DE MÉDIAS AUDIOVISUELS

TÉLÉVISION

RESSOURCES DE LA TNT

LE DÉPLOIEMENT DES SIX CHAÎNES HD

Afin d'enrichir l'offre de programmes en haute définition (HD) et d'utiliser les fréquences libérées par l'arrêt de la télévision analogique, le Conseil avait lancé, le 18 octobre 2011, un appel à candidatures pour la diffusion de six chaînes en haute définition. Cet appel était ouvert aux chaînes existantes non diffusées en HD mais également à des projets nouveaux. Il a abouti, le 27 mars 2012, à la sélection suivante :

- HD1, L'Équipe 21 et Chérie 25, diffusées par le multiplex R7 ;
- 6Ter, Numéro 23 et RMC Découverte, diffusées par le multiplex R8.

Ces six chaînes, autorisées le 3 juillet 2012, ont commencé à émettre le 12 décembre 2012.

En 2014, cinq phases de déploiement se sont succédé, permettant aux nouvelles chaînes de couvrir en TNT un peu plus de 89 % de la population métropolitaine grâce à la mise en service d'un réseau de 1 340 émetteurs. Elles sont également disponibles dans toute la France métropolitaine sur le satellite, le câble, l'ADSL et la fibre optique.

Ce déploiement a été accompagné de campagnes de communication, assuré par les chaînes de la TNT à l'aide du site internet www.toutelatnt.fr créé pour l'occasion et grâce à la diffusion de bandeaux déroulants sur les chaînes de la TNT avant, pendant et après chacune des phases de déploiement. Par ailleurs, afin d'aider les téléspectateurs qui rencontreraient des difficultés à la suite de ces opérations, l'Agence nationale des fréquences (ANFR) a mis en place un numéro d'appel, le 0970 818 818, ainsi qu'un site internet www.recevoirlatnt.fr.

Le Conseil, pour sa part, accompagne cette communication d'une information destinée aux élus locaux, en amont de la mise en service des émetteurs.

- **Poursuite du déploiement des premières chaînes HD (multiplex R5)**

Parallèlement à leur diffusion en définition standard, TF1, France 2 et M6 sont accessibles en haute définition sur le multiplex R5 depuis le 30 octobre 2008.

Depuis cette date, 1 559 émetteurs ont été progressivement mis en service, permettant au multiplex R5 de couvrir plus de 96,5 % de la population métropolitaine à la fin de l'année 2013. La progression de la couverture du multiplex R5 s'est faite région par région, au même rythme que l'arrêt de la télévision analogique, avec 967 émetteurs mis en service à la fin 2011. Elle s'est poursuivie en 2012 avec l'ouverture de 264 émetteurs, en 2013 avec 72 émetteurs et en 2014 avec 256 émetteurs supplémentaires.

LA BANDE 700 MHZ

Le Gouvernement a décidé du transfert, au profit du secteur des télécommunications mobiles notamment, de la bande de fréquences 694-790 MHz, dite « bande 700 MHz », actuellement utilisée par les réseaux de télévision numérique terrestre. Dans son communiqué de presse du 10 décembre 2014, le Premier ministre a précisé les principales échéances du calendrier de transfert de cette bande.

Cette opération, qui porte sur près de 30 % de la ressource hertzienne actuellement utilisée par la télévision numérique terrestre, revêt une ampleur considérable, de portée équivalente au basculement de la télévision vers le tout numérique réalisé au cours des dernières années, dans un calendrier considéré comme extrêmement ambitieux par l'ensemble des interlocuteurs du Conseil.

Un préalable à ce nouveau retrait de fréquences¹ est de pouvoir tirer parti de la généralisation de la technologie de compression MPEG-4 sur la plateforme métropolitaine afin d'arrêter la norme MPEG-2. Cela suppose également que la loi, sur le modèle du passage au tout numérique, institue, d'une part, un dispositif d'accompagnement permettant aux téléspectateurs concernés de s'équiper de récepteurs compatibles avec la norme MPEG-4, et, d'autre part, un concours financier alloué aux foyers défavorisés ou touchés par d'éventuelles pertes de couverture.

Dans son avis n° 2014-19 rendu le 26 novembre 2014 au Premier ministre sur le projet de modification du tableau national de répartition des bandes de fréquences (TNRBF) en bande 700 MHz²,

¹ La bande « 800 MHz », issue du « dividende numérique », a été retirée à la TNT à la fin des opérations de passage au tout numérique fin 2011.

² En application de l'article L. 41 du code des postes et des communications électroniques.

le Conseil a souhaité mettre en avant les enjeux particuliers liés à la réaffectation de cette ressource. Il a appelé le Gouvernement à préciser les dispositions, de nature législative ou réglementaire, qui seront nécessaires et qui portent notamment sur :

- les aides à l'équipement pour les téléspectateurs les plus démunis ;
- la campagne d'information nationale sur les conséquences de l'arrêt du MPEG-2 ;
- l'introduction d'un dispositif de retrait des autorisations délivrées aux opérateurs de multiplex, collectivités locales, constructeurs, syndics et propriétaires d'immeubles ;
- l'accompagnement de la fin de la double diffusion SD et HD obligatoire ;
- les éventuelles obligations d'intégration progressive du DVB-T2/HEVC dans les téléviseurs puis dans les adaptateurs TNT ;
- l'accompagnement, notamment financier, des collectivités locales ;
- le financement spécifique de compensation des coûts induits par le transfert des fréquences de la bande 700 MHz du secteur audiovisuel vers les services mobiles de communications électroniques ;
- la prise en charge des coûts de résolution des brouillages de la réception de la TNT occasionnés par les nouveaux utilisateurs de la bande 700 MHz.

Le Conseil a également souligné que ce nouveau retrait de fréquences interfère avec le développement de la plateforme et notamment le déploiement des six nouvelles chaînes en haute définition (HD) lancées en décembre 2012 sur les 7^e et 8^e multiplex, R7 et R8, dès lors que la libération de la bande 700 MHz de toute diffusion TNT rendra nécessaire l'extinction de deux multiplex nationaux.

Le Conseil a rappelé que si 1 626 sites de diffusion de la TNT sont financés par les chaînes, un peu plus de 310 sites complémentaires de diffusion sont pris en charge par les collectivités locales au titre de l'article 30-3 de la loi du 30 septembre 1986³. Ces sites seront eux aussi touchés par l'arrêt de deux multiplex nationaux et les réaménagements de fréquences nécessaires au dégagement de la bande 700 MHz.

Enfin, le Conseil a rappelé que la diffusion TNT revêtait une importance démocratique de premier plan pour la poursuite des objectifs d'intérêt général que sont la gratuité, le financement de la création et la promotion de la diversité culturelle, et qu'il n'existe, à ce stade, aucune voie de substitution au dispositif actuel. Un déclin de la plateforme hertzienne, occasionné par un retrait de la bande 700 MHz dans des conditions qui ne seraient pas respectueuses de ses utilisateurs actuels, entraînerait une forte diminution de la contribution des éditeurs à l'économie culturelle de la France.

Dans ce contexte, le Conseil a lancé plusieurs travaux afin d'anticiper les opérations nécessaires à cette réaffectation. Une première étape de concertation avec les acteurs a été entamée à la fin du mois de décembre 2014. Par ailleurs, une consultation publique a été lancée le 26 janvier 2015.

L'année 2015, avec l'accélération de cette réflexion imposée par le dégagement de la bande 700 MHz, devra fournir l'occasion de définir les modalités de la modernisation de la plateforme TNT qui risque, dans le cas contraire, de subir une forte désaffection dans les années à venir, encourageant de nouvelles réaffectations de fréquences à d'autres secteurs.

Comme le préconise le rapport Lamy publié le 1^{er} septembre 2014, la disponibilité du reste de la bande 470-694 MHz devra être garantie pour le secteur audiovisuel jusqu'en 2030 (avec une éventuelle clause de rendez-vous en 2025). Il est en effet essentiel, au regard des investissements

³ Le succès de ces émetteurs supplémentaires atteste d'ailleurs du grand attachement des élus locaux à la TNT.

qui seront nécessaires à la modernisation de la plateforme, de prévoir une période appropriée pour la sécurisation et l'amortissement de ceux-ci.

- **Report des mises en service des sites de diffusion de la phase 12**

Le retour à une plateforme TNT à six multiplex interviendra à la date d'arrêt du MPEG-2 et de passage au tout MPEG-4 en avril 2016. Il sera alors demandé aux éditeurs et aux diffuseurs d'éteindre une partie des équipements TNT déployés sur l'ensemble du territoire, seulement neuf mois après la fin prévue du déploiement des multiplex R5, R7 et R8.

Cette perspective pose donc la question du bien-fondé des investissements dans la poursuite du déploiement de ces deux nouveaux multiplex.

Dans ce contexte, estimant nécessaire que les acteurs concernés soient consultés sur la réduction du nombre de multiplex de la TNT qui interviendra en avril 2016 et les conséquences à en tirer sur les déploiements des réseaux R5, R7 et R8 qui sont en cours, le Conseil a décidé, le 21 janvier 2015, de reporter à une date ultérieure la phase de déploiement des réseaux R5, R7 et R8 prévue au 7 avril 2015 (phase 12).

VIE DU RÉSEAU

- **Contrôle du spectre**

Les attachés techniques audiovisuels (ATA) contribuent, en liaison avec les services de planification du Conseil, aux travaux de préparation, de mise en œuvre et de suivi des grandes opérations touchant les paramètres de diffusion de la TNT et notamment le déploiement des nouveaux multiplex R7 et R8. Lors de ces opérations, les ATA et la direction des technologies du Conseil sont chargés des différents contrôles. En 2014, plusieurs allumages du multiplex R5 ont eu lieu, ainsi que la poursuite du déploiement des multiplex R7 et R8 (cinq phases importantes, pour l'année 2014, en nombre d'émetteurs allumés) et les réaménagements de fréquences des multiplex existants. Pour l'ensemble de ces opérations, en complément de celles qu'ils réalisent notamment lorsque des difficultés de réception sont rencontrées par les usagers, environ 6 300 fréquences ont été contrôlées durant l'année 2014 par les ATA du Conseil. Ceux-ci sont également intervenus, durant cette année 2014, sur le contrôle des mises en service des multiplex de la radio numérique terrestre (RNT) sur les trois villes de Nice, Marseille et Paris avec l'aide de nouveaux moyens de mesure spécialement dédiés à la RNT.

- **Protection de la réception**

Le Conseil assure, avec l'ANFR, la protection de la réception de la télévision, grâce à la vérification de la qualité de la diffusion et de la réception des signaux audiovisuels par ses équipes techniques et notamment les ATA. L'année 2014 a vu encore s'accroître les compétences des attachés, qui sont dotés d'outils de mesure innovants, acquis ou développés par la direction des technologies du CSA. Dans le cadre de la protection de la réception, après une première analyse des plaintes des téléspectateurs et des élus, notamment collectées par le centre d'appels de l'ANFR, le CSA s'assure, le cas échéant, de la bonne remédiation, auprès des opérateurs de multiplex, de leurs diffuseurs et, souvent, auprès des usagers, et en rend compte aux élus.

- **Traitements des zones sensibles**

Le Conseil accompagne les multiplex de la TNT dans la mise en œuvre de solutions correctives en cas de défaut sur le réseau (optimisation des pilotages des réémetteurs, modification de canaux...). Les résultats obtenus dans le cadre du groupe de travail chargé du traitement de ces zones sen-

sibles sont très positifs pour la plateforme hertzienne, puisqu'en moyenne, durant l'année 2014 par exemple, c'est moins de 0,4 % des émetteurs du réseau TNT (en considérant le nombre total d'émetteurs en service sur le territoire métropolitain) qui constituent le flux moyen hebdomadaire des zones sensibles repérées. Par ailleurs, lors de l'année 2014, les zones traitées ont vu leur défaut résolu dans un délai moyen n'excédant pas trois semaines. En outre, une de ces zones sensibles a fait l'objet d'une mise en garde : l'opérateur de multiplex concerné n'avait pas résolu les dysfonctionnements constatés dans les délais raisonnables attendus par le Conseil et les téléspectateurs.

Durant l'année 2014, la principale cause de réclamation des téléspectateurs pour mauvaise réception de la télévision a été, comme en 2013, les interférences provoquées par les réseaux mobiles 4G à la norme LTE qui opèrent dans la bande adjacente des 800 MHz (98,2 % des réclamations en 2014 pour 91,6 % en 2013)⁴.

Grâce aux dernières évolutions technologiques des outils de mesures et l'expertise technique qu'il a développée dans le numérique, le Conseil a pu analyser avec précision les défauts ponctuels de la plateforme hertzienne pour la maintenir à un niveau de performance élevé et répondre ainsi aux attentes des téléspectateurs en assistant les opérateurs. Il poursuivra cette mission, essentielle dans la protection des services de télévision.

• Cohabitation avec la 4G LTE800

L'arrêt de la télévision hertzienne analogique et le passage à la TNT ont permis de transférer une partie du spectre audiovisuel, la bande dite des « 800 MHz », aux services de téléphonie mobile. Ceci a créé une situation de cohabitation inédite entre des réseaux mobiles de quatrième génération et des services de la TNT. Cette cohabitation de deux réseaux, de structures très différentes et sur des blocs de fréquences contigus, peut ponctuellement perturber la réception TNT. Le CSA est très attentif à la résolution de ces perturbations. Pour l'année 2014, 11 002 sites ont été autorisés pour la 4G-LTE800 MHz et 7 579 ont été déployés dans la bande 800 MHz, tous services confondus⁵. À la date du 30 novembre 2014, 9 638 adresses en habitat collectif et 28 108 adresses en habitat individuel ont été touchées par des brouillages 4G⁶, ce qui correspond à environ 102 000 foyers⁷. Les opérateurs de télécommunications ont assuré la remédiation par la pose d'un filtre adapté et dans un délai de trois jours, conformément au processus établi par le CSA, l'ANFR et l'ARCEP⁸.

• Évolution des moyens de mesure mobile à 10 mètres

Afin de permettre au Conseil de réaliser des mesures en TNT, RNT et FM en accord avec les recommandations internationales de l'UIT⁹, le Conseil s'est doté en 2014 d'un premier véhicule de

⁴ Les autres causes sont les interférences entre émetteurs de radiodiffusion et les défauts de diffusion des chaînes (0,7 % en 2014 pour 3,7 % en 2013), les installations non conformes (0,5 % en 2014 pour 1,7 % en 2013), des situations en dehors des zones de couverture théorique des émetteurs (0,4 % en 2014 pour 1,4 % en 2013), le réseau de distribution électrique (0,1 %), les « immeubles brouilleurs », notamment les éoliennes (< à 0,1 %) (en lien avec l'article L112-12 du code de la construction et de l'habitation), les installations de réception perturbatrices (< à 0,1 %), les autres utilisateurs du spectre (< à 0,1 %), les perturbations atmosphériques et les conditions de propagation (< à 0,1 %).

⁵ Source : ANFR.

⁶ Source : ANFR.

⁷ En considérant qu'un habitat collectif est composé en moyenne de 13 foyers et que 59,1 % des foyers accèdent à la télévision par le biais de la TNT.

⁸ L'objectif de remédiation est fixé à un délai de 72 heures à l'ensemble des cas de brouillages avérés et identifiés comme relevant de la responsabilité de l'opérateur de télécommunication, sous réserve de convenance du plaignant et d'accessibilité à l'installation à compter de la transmission de l'intervention par l'ANFR à l'opérateur de télécommunication présumé brouilleur.

⁹ Union internationale des télécommunications.

mesure pourvu d'un mât télescopique de 10 mètres et d'équipements complémentaires de métrologie performants et adaptés. Il permettra d'analyser la qualité de la diffusion des réseaux TNT, RNT et FM sur le territoire métropolitain et de s'assurer de leur bonne réception auprès des usagers. Le Conseil, attentif à la qualité de restitution des signaux audiovisuels auprès des usagers sur l'ensemble du territoire métropolitain et ultramarin, devrait encore s'équiper durant les années à venir de véhicules et d'appareils complémentaires lui permettant d'analyser de manière réactive, autonome et économique, la qualité du réseau TNT en plusieurs points du territoire. L'expertise acquise par le Conseil dans le domaine de la mesure fréquentielle et de réseaux numériques lui permet aujourd'hui d'analyser rapidement tout défaut sur les plateformes TNT, RNT, mais aussi en FM, et de proposer aux acteurs des solutions techniques appropriées dans des délais correspondant aux attentes des usagers et des élus.

LA MODERNISATION DU RÉSEAU

- **Le profil de signalisation pour la diffusion de la TNT**

Le Conseil publie le profil de signalisation pour la diffusion de la télévision numérique terrestre en France métropolitaine et outre-mer. Ce document détaille les spécificités françaises des données de signalisation transportées avec le signal de télévision. Ces données permettent principalement de bien afficher sur le récepteur de télévision l'ensemble des chaînes de la TNT ainsi que le guide électronique des programmes. Il sert donc de référentiel technique aux constructeurs de matériels. Le contenu de ce profil est mis au point avec la contribution des éditeurs et détaille les options choisies parmi celles permises par la norme internationale.

Le Conseil a procédé à la traduction en anglais de la version en vigueur du *Profil de signalisation* v3.3 d'avril 2013, désormais disponible sur son site internet. Cette version anglaise, régulièrement réclamée par les producteurs étrangers de récepteurs de télévision, permet de diffuser de manière plus large au niveau international les spécificités de la télévision hertzienne en France métropolitaine et ultramarine.

- **Le format ultra-haute définition (UHD)**

La décision de réallocation de la bande 700 MHz aux opérateurs de communications mobiles invite également le secteur audiovisuel à se pencher sur l'avenir de la plateforme hertzienne terrestre et à définir les modalités de son évolution à moyen et long terme, notamment au regard de l'introduction du format ultra-haute définition (UHD), qui semble bénéficier d'une dynamique favorable dans l'ensemble de la filière. Une telle évolution, qui s'appuie sur l'introduction de normes plus performantes et donc sur un renouvellement du parc de récepteurs, nécessite de définir les cibles à atteindre longtemps à l'avance. Il est en effet considéré qu'en l'absence de mécanisme spécifique d'incitation au rééquipement, le parc de récepteurs se renouvelle naturellement tous les 5 à 8 ans, délai qu'il convient de prendre en compte pour anticiper l'ensemble des caractéristiques techniques (c'est-à-dire du profil de diffusion et de décodage) qui seront mises en œuvre lors du déploiement de ces nouvelles technologies, afin de préparer au plus tôt un large parc de récepteurs compatibles.

LES AUTRES ACTIVITÉS

- **Les modifications techniques**

Les renouvellements de contrats de diffusion conclus, généralement pour une durée de cinq ans, entre les opérateurs de multiplex et les opérateurs de diffusion peuvent engendrer des modifications techniques des émetteurs TNT (emplacement du site, hauteur d'antenne, diagramme de rayonnement).

ment, puissance de l'émetteur). Celles-ci peuvent aussi être réalisées en dehors des renouvellements de contrats afin de résoudre des problèmes de réception dans les zones desservies.

En 2014, le Conseil a instruit 154 demandes de modification de caractéristiques techniques au cours de l'année. Ces changements impliquant une modification de l'autorisation délivrée, il a été vérifié qu'ils n'engendreraient pas de modifications de couverture significatives.

- **La diffusion des télévisions locales**

Le multiplex R1 permet de diffuser, outre France 2, France 3, France 5, France Ô et La Chaîne parlementaire, un sixième programme à vocation locale (chaîne locale ou second programme France 3), respectant l'architecture des décrochages régionaux de France 3. De plus, des fréquences spécifiques sont parfois étudiées pour diffuser d'autres chaînes locales ne pouvant être diffusées sur le multiplex R1.

À la fin de l'année 2014, plus de 46 millions de téléspectateurs avaient la possibilité de recevoir au moins une des 43 chaînes locales autorisées fin 2014. Cela représente près de 72 % de la population métropolitaine. À cette date, 556 émetteurs diffusaient 31 chaînes locales sur le multiplex R1, et 57 émetteurs diffusaient 20 chaînes locales (dont deux à titre temporaire) sur un multiplex autonome (« simplex »). Par ailleurs, 534 émetteurs diffusaient un second programme France 3 (14 programmes concernés).

Outre-mer, la chaîne MT10 a été autorisée à étendre sa zone de diffusion à Tahiti et Moorea en Polynésie française.

LES CHAÎNES NATIONALES HERTZIENNES

Au 31 décembre 2014, 31 chaînes nationales étaient diffusées en mode hertzien terrestre, dont 24 accessibles gratuitement et 7 sur abonnement. 11 sont diffusées en version haute définition.

LE SUIVI DES OPÉRATEURS

- **Abrogation d'autorisations**

Le 24 septembre 2014, le Conseil a procédé, à la demande de l'éditeur, à l'abrogation de l'autorisation accordée à la société TF6 pour l'exploitation du service du même nom. Le Conseil a pris sa décision après avoir vérifié qu'aucun motif d'intérêt général ne faisait obstacle à l'abrogation de cette autorisation, et qu'une telle décision n'était pas susceptible de porter atteinte aux droits des tiers.

Le 14 janvier 2015, toujours à la demande de l'éditeur, le Conseil a abrogé l'autorisation accordée à la société Eurosport France pour l'exploitation de la chaîne du même nom. Il a pris sa décision après avoir vérifié qu'aucun motif d'intérêt général ne faisait obstacle à l'abrogation de cette autorisation, et qu'une telle décision n'était pas susceptible de porter atteinte aux droits des tiers. Simultanément, le Conseil a autorisé le maintien de la diffusion ou la distribution du même service en non-hertzien.

- **Prorogation des autorisations accordées aux opérateurs de multiplex TNT**

Dans le cadre de l'introduction de la télévision numérique terrestre, le Conseil a assigné, entre 2003 et 2005, à chaque opérateur de multiplex les ressources radioélectriques correspondant aux cinq premiers réseaux nationaux de diffusion R1, R2, R3, R4 et R6.

Conformément à l'article 30-2 de la loi du 30 septembre 1986, le Conseil a fixé la durée des autorisations de ces opérateurs de multiplex à dix ans et ce, à compter du 1^{er} mars 2005, date de début

des émissions. Les autorisations des multiplex R1, R2, R4 et R6 arrivant à échéance le 28 février 2015, le Conseil a décidé, le 11 février 2015, d'accorder de nouvelles autorisations sur le fondement des articles 22 et 25 de la loi du 30 septembre 1986 modifiée, pour une durée d'un an.

- **Modification des conventions des éditeurs**

Le Conseil a été conduit à modifier les conventions de certaines chaînes hertziennes nationales en 2014. Cela a notamment été le cas pour TF1 et Gulli.

TF1 : assouplissement des obligations relatives à la diffusion d'émissions destinées à la jeunesse

Le Conseil a été saisi par la société TF1 d'une demande de révision de son obligation de consacrer un volume annuel d'au moins 1000 heures à des émissions destinées à la jeunesse.

Par une délibération du 2 juillet 2014, le Conseil a approuvé un projet d'avenant à la convention du 8 octobre 2001 conclue avec TF1. Cet avenant a eu pour effet de réduire de 1000 à 750 heures le nombre d'heures d'émission destinées à la jeunesse que TF1 doit diffuser aux jours et heures où ce public est disponible.

Parallèlement et le même jour, le Conseil a approuvé un projet d'avenant à la convention du 10 juin 2003 conclue avec la société NT1. Celui-ci a eu pour objet d'ajouter une obligation de diffusion d' « émissions destinées à la jeunesse aux jours et heures où ce public est disponible, représentant un volume annuel d'au moins 150 heures ».

Le Conseil a, en effet, considéré que la demande de TF1 était justifiée au regard de l'article 63 de sa convention qui prévoit que les obligations jeunesse de la chaîne pourront être réexaminées, à la demande de la société, compte tenu des évolutions du paysage télévisuel français et notamment de l'offre en clair destinée à la jeunesse.

Il s'est fondé sur l'évolution du paysage audiovisuel entre 1996, date à laquelle TF1 avait souscrit ses engagements en faveur d'une offre jeunesse, et 2013. Il a notamment constaté que l'offre gratuite d'animation a presque quintuplé et que le paysage audiovisuel s'est enrichi avec trois nouvelles chaînes gratuites, Gulli, France 4 et 6Ter, qui privilégient une offre de programmes destinés au jeune public.

La Société des auteurs compositeurs dramatiques (SACD) et le Syndicat des producteurs de films d'animation (SPFA) ont formé un recours gracieux à l'encontre de cette décision, que le Conseil a rejeté le 21 janvier 2015. Néanmoins, soucieux des préoccupations présentées par les organisations professionnelles, le Conseil se montrera particulièrement attentif aux modalités de diffusion des séries d'animation valorisées au titre des obligations d'investissement du groupe TF1. Il portera une attention particulière à la proportion effective d'animation d'expression originale française (EOF) proposée sur l'antenne de la chaîne.

Gulli : modification du capital de la société Jeunesse TV

Le Conseil a été saisi d'une demande d'agrément relative à la cession de la participation de France Télévisions, à hauteur de 34 %, au capital de la société Jeunesse TV, éditrice du service de télévision Gulli, aux côtés de Lagardère Active TV qui serait alors l'unique actionnaire de la société titulaire.

Le Conseil a estimé que ce changement de capital n'était pas de nature à compromettre l'impératif fondamental de pluralisme et l'intérêt du public dès lors que, d'une part, la société Lagardère Active TV détenait déjà une majorité des parts du capital social de cette société et exerçait, en fait,

sa direction et que, d'autre part, cette société a pris l'engagement de ne modifier ni la programmation ni le nom du service. Il a donc décidé, le 15 octobre 2014, d'agrémenter la modification de capital de la société Jeunesse TV.

- **Mises en demeure**

Les 16 juillet et 5 novembre 2014, le Conseil a mis en demeure plusieurs sociétés de télévision de lui communiquer un rapport sur les conditions d'exécution de leurs obligations et engagements pour l'année 2013 et de respecter à l'avenir cette obligation conventionnelle.

ÉVOLUTION DES MODÈLES DE FINANCEMENT

Le législateur, par la loi du 15 novembre 2013 relative à l'indépendance de l'audiovisuel public, a doté le Conseil supérieur de l'audiovisuel de nouvelles compétences en matière de régulation économique en lui permettant d'agrémenter la modification des modalités de financement des services de la télévision numérique terrestre, lorsqu'elle porte sur le recours ou non à une rémunération de la part des usagers. L'article 42-3 de la loi dispose qu'une telle modification de l'autorisation peut être agréée si les équilibres du marché publicitaire des services de télévision hertzienne terrestre sont pris en compte.

Dans ce cadre, trois demandes d'agrément de passage en clair de chaînes diffusées sur la TNT payante ont été formulées sur le fondement du 4^e alinéa de l'article 42-3 de la loi du 30 septembre 1986 : une par le groupe TF1, le 23 janvier 2014, pour la chaîne d'information LCI, une autre par le groupe Métropole Télévision, le 18 février 2014, pour la chaîne Paris Première et une troisième par le groupe Canal Plus, le 24 mars 2014, pour la chaîne Planète+.

Le CSA a examiné séparément chaque demande en procédant, conformément à la loi, pour chacune des trois demandes et suivant une méthodologie commune, « *à une étude d'impact, notamment économique, rendue publique* ».

Afin d'apprécier l'impact de l'éventuel passage en clair de chaque chaîne concernée, le CSA a pris en considération un ensemble de critères d'ordre économique, concurrentiel, ou encore relatifs au pluralisme et à la diversité des opérateurs.

La première étape de son analyse a consisté à dresser un état des lieux détaillé du contexte dans lequel s'inscrivait la demande de la chaîne et de ses évolutions possibles : réception et consommation de la télévision, composition du paysage audiovisuel français gratuit et payant, audience¹⁰ et situation du marché publicitaire télévisuel.

En parallèle, le Conseil a étudié l'ensemble des composantes de la demande de la chaîne : sa situation économique passée et présente (et, le cas échéant, prévisionnelle, dans l'hypothèse où la chaîne ne serait pas autorisée à être diffusée sur la TNT gratuite), son positionnement éditorial, son projet sur la TNT gratuite (projet éditorial et plan d'affaires), ainsi que l'analyse économique, réalisée par un cabinet tiers pour le compte de la chaîne, des effets d'un passage en clair¹¹.

Le CSA a ensuite réalisé une étude d'impact, en évaluant systématiquement et en détail, à horizon 2019, toutes les conséquences directes et indirectes de l'éventuel passage en clair de la chaîne sur l'économie du marché de la publicité télévisuelle et de ses acteurs, la concurrence, le pluralisme et

¹⁰ Une analyse spécifique de l'audience des chaînes gratuites d'information en continu pour l'étude de LCI et une autre de l'audience des chaînes gratuites dédiées aux documentaires et à la découverte pour l'étude de Planète+ a été menée en complément de l'analyse générale.

¹¹ Seules les demandes de LCI et Paris Première s'appuyaient sur une étude économique réalisée en externe.

la diversité des opérateurs. Le choix d'analyser l'impact d'une telle opération dans une perspective de cinq années est une pratique courante. C'est notamment sur cette durée que le Conseil examine les plans d'affaires des candidats dans le cadre des appels à candidatures.

Dans un premier temps, le Conseil a examiné l'impact de l'éventuel passage en clair de la chaîne sur la diversité des programmes, en analysant son positionnement et sa ligne éditoriale et en confrontant sa programmation - actuelle et prévisionnelle - à celle d'offres comparables.

Le Conseil s'est appuyé sur cette analyse programmatique et sur l'observation préalable de l'existant pour évaluer de manière dynamique et prospective l'impact potentiel d'un passage en clair de la chaîne sur l'audience à horizon 2019. Il s'est attaché non seulement à évaluer l'impact global de cette opération sur la consommation de la télévision, mais aussi les effets sur chaque chaîne potentiellement concernée. Pour identifier ces chaînes, le Conseil a mené et croisé deux analyses : une fondée sur la structure de l'auditoire, l'autre sur les contenus.

Afin de nourrir et consolider sa démarche analytique, le Conseil a aussi examiné des situations comparables dans l'univers du payant et à l'étranger¹². Le CSA a par ailleurs pris en compte deux facteurs externes, susceptibles d'influer sur l'audience d'une chaîne : la numérotation et la notoriété.

Sur le fondement de l'ensemble de ces déterminants et de ces paramètres, le Conseil a réalisé ses propres estimations de la répartition prévisionnelle de l'audience à horizon 2019 dans l'hypothèse du passage en clair de la chaîne considérée.

L'évaluation de l'impact du passage en clair de la chaîne sur le marché publicitaire télévisuel a consisté en particulier à analyser les secteurs annonceurs les plus importants dans son chiffre d'affaires publicitaire et/ou les plus susceptibles de modifier leurs choix d'investissements publicitaires à la télévision à la faveur de l'arrivée de ladite chaîne sur la TNT gratuite.

Cette analyse tient compte également de la position actuelle de la chaîne sur le marché publicitaire télévisuel, des prévisions d'évolution de ce dernier, des performances publicitaires de la chaîne attendues par le groupe auquel elle appartient dans l'hypothèse de son arrivée sur la TNT gratuite, ainsi que des leviers de croissance des revenus publicitaires à la disposition des éditeurs et des régies¹³.

À cette approche globale de l'impact économique du passage en clair de la chaîne est venue s'ajouter une analyse micro-économique de chacun des tiers potentiellement impactés par cette opération et de la manière dont elle pourrait les affecter, au regard de leur situation économique et financière actuelle.

Partant des potentiels effets directs de l'éventuel passage en clair de la chaîne tels que déterminés par son analyse, de son observation préalable du contexte et de ses possibles évolutions, le Conseil a ensuite étudié les autres impacts envisageables de chaque opération. Il a ainsi examiné les conséquences qu'aurait chaque opération sur la diversité des opérateurs de la TNT, sur la concentration

¹² Dans le cas de LCI, il s'agissait de regarder, d'une part, l'audience des chaînes d'information en continu en télévision payante et, d'autre part, le poids des chaînes d'information en continu à l'international (quatre pays avec lesquels la comparaison paraissait la plus pertinente et propice à en tirer des enseignements ont ainsi été étudiés : l'Espagne, l'Italie, l'Allemagne et le Royaume-Uni).

De la même façon, pour Planète+, ont été analysées l'audience des chaînes documentaires et de découverte payantes et l'audience des chaînes documentaires et de découverte gratuites dans les quatre pays précités.

En revanche, le format de Paris Première ne permettait pas de procéder à des analyses de comparaison d'audience, que ce soit entre les univers gratuit et payant, ou entre les équilibres d'audience en France et ceux qui prévalent dans d'autres pays.

¹³ Dans le cas de LCI, le Conseil a pris en considération la situation spécifique du groupe TF1 et de sa chaîne-mère (TF1) sur le marché de la publicité télévisuelle et son effet possible sur les performances publicitaires de la chaîne d'information.

de l'audience de la télévision et du marché de la publicité télévisuelle, sur la concurrence et sur la télévision payante.

Enfin, le CSA a analysé l'impact cumulé des éventuels passages en clair de LCI, Paris Première et Planète+ sur la diversité des programmes, l'audience, les équilibres du marché publicitaire télévisuel et sur le marché des droits, en particulier ceux relatifs aux programmes documentaires.

Les trois décisions prises par le CSA le 29 juillet 2014, sur la base de ces examens, ont rejeté les demandes d'agrément de la modification des modalités de financement de LCI, Paris Première et Planète+.

Le Conseil s'est notamment fondé sur la conjoncture du marché publicitaire, la situation financière des chaînes existantes de la TNT gratuite et l'offre et la demande de consommation de la télévision. Il a relevé qu'aucune reprise significative du marché publicitaire n'était, à l'été 2014, prévue à brève échéance et que les perspectives à moyen terme demeuraient incertaines. Il a estimé que l'arrivée d'une ou plusieurs chaînes gratuites supplémentaires ne pourrait être portée par une croissance du marché publicitaire. En outre, il a constaté que la situation financière de plusieurs chaînes gratuites était fragile, notamment celles qui n'étaient pas adossées à un grand groupe. Enfin, le CSA a considéré que l'arrivée d'une ou plusieurs chaînes gratuites supplémentaires, dans un paysage déjà composé de 25 chaînes constituant une large gamme, ne devrait pas se traduire par une augmentation significative de l'usage de la télévision et serait donc de nature à entraîner des phénomènes de transfert d'audience au détriment des chaînes gratuites existantes.

Le Conseil a analysé, pour chacune des demandes, leurs conséquences prévisibles. Il lui est apparu qu'en dépit de leur intérêt et de leur qualité, toutes étaient de nature à créer des difficultés et des déséquilibres portant atteinte à la préservation de la diversité éditoriale des chaînes diffusant actuellement sur la TNT gratuite.

Pour l'ensemble de ces motifs, le Conseil a estimé que les conditions n'étaient pas, à la date à laquelle il s'est prononcé, réunies pour autoriser le passage en gratuit des demandeurs. Une évolution plus favorable des conditions de marché pourrait toutefois justifier un réexamen à l'avenir.

LE REJET DE LA DEMANDE DE MÉTROPOLE TÉLÉVISION SUR LE CANAL COMPENSATOIRE

Le 30 juillet 2012, la société Métropole Télévision a formé un recours en annulation contre la décision par laquelle le CSA avait implicitement rejeté sa demande d'attribution d'un canal compensatoire en application de l'article 103 de la loi du 30 septembre 1986, ainsi qu'un recours indemnitaire tendant à l'indemnisation des préjudices résultant, selon elle, de ce refus d'attribution. Le Conseil d'État a rejeté les deux recours par une décision du 22 octobre 2014 (CE, 5/4 SSR, Société Métropole Télévision, n° 361464, 366191, publiée au *Recueil*).

Après avoir rappelé que les dispositions de l'article 103 prévoient que l'attribution d'un canal compensatoire à un éditeur « *serait notamment soumise à la condition que cet éditeur "souscrive à des obligations renforcées de soutien à la création en matière de diffusion et de production d'œuvres cinématographiques et audiovisuelles européennes et d'expression originale française fixées par décret en Conseil d'État"* », le juge a estimé « *qu'en l'absence dans la loi de toute précision sur les obligations renforcées ainsi prévues, et alors que le décret qui devait définir ces obligations n'a pas été pris, ni l'article 103, ni l'article 104 qui en était indivisible, n'ont pu entrer en vigueur* ». Dans ces conditions, le CSA était tenu de rejeter la demande dont il était saisi, et cette décision de rejet, qui n'était pas illégale, n'était dès lors pas susceptible d'engager la responsabilité de la puissance publique.

LES CHAÎNES LOCALES ET RÉGIONALES

LES CHAÎNES LOCALES HERTZIENNES MÉTROPOLITAINES

En janvier 2015, 44 services privés de télévision locale (contre 47 au 1^{er} janvier 2014) étaient autorisés à diffuser par voie hertzienne terrestre sur le territoire métropolitain.

- **De nouvelles autorisations**

Dans le cadre d'appels à candidatures, respectivement dans les zones de Perpignan et de Nancy, le Conseil a sélectionné le 19 mars 2014 les candidatures de la société TVSud PO, d'une part, et de la société Mirabelle TV, d'autre part. Par ailleurs, le 7 juin 2014, la société Télévision Bretagne Sud a été autorisée à exploiter le service Tébésud, après une période de location-gérance. Enfin, le 17 septembre 2014, à la suite d'une demande de réservation prioritaire du Gouvernement, le Conseil a attribué à la société en charge de l'audiovisuel extérieur de la France une ressource radioélectrique pour la diffusion, par voie hertzienne terrestre en Île-de-France, des programmes de la chaîne France 24, à temps complet et en langue française.

- **Abrogation ou caducité d'autorisations**

À la suite de la restitution des fréquences par l'éditeur, le Conseil a abrogé le 21 mai 2014 l'autorisation délivrée à la société Clermontoise de Télévision pour l'édition de la chaîne iC1 dans les zones de Clermont-Ferrand et de Montluçon.

Au cours de cette même séance, après avoir constaté que l'exploitation effective du service n'avait pas débuté, le Conseil a déclaré la caducité de l'autorisation délivrée le 15 janvier 2013 à la société Images en Picardie pour la diffusion du service dénommé Wéo Picardie.

La Société de télévision locale (STL) ayant renoncé à l'utilisation de la ressource qui lui avait été attribuée pour l'exploitation du service de télévision locale NRJ Paris, le Conseil a abrogé la décision d'autorisation et a lancé, le 16 juillet, un appel à candidatures en Île-de-France pour l'édition d'un service privé de télévision locale diffusé en clair par voie hertzienne terrestre en définition standard ou en haute définition.

Dans le cadre d'un plan de cession de la société TV Côte d'Opale à la Société de télévision multilocale du Nord-Pas-de-Calais, le Conseil, en application de l'article 42-12 de la loi du 30 septembre 1986, a décidé le 24 septembre de ne pas lui délivrer d'autorisation dès lors que son offre apparaissait de nature à compromettre les impératifs prioritaires du pluralisme et de diversification des opérateurs, ainsi que l'intérêt du public.

- **Reconduction d'autorisations**

Le 19 novembre 2014, le Conseil a reconduit, en application de l'article 28-1 de la loi du 30 septembre 1986 modifiée, les autorisations délivrées aux sociétés Canal 32, Télé Miroir Services, TV7 Bordeaux et TV8 Mont Blanc pour une durée de cinq ans.

- **Mises en demeure**

Six éditeurs de télévision locale ont été mis en demeure, par décisions du 4 septembre 2014, de respecter leur obligation conventionnelle de transmettre au Conseil un rapport sur les conditions d'exécution de leurs obligations et engagements en matière de programme pour l'année 2013 et/ou, pour le même exercice, leur bilan, leur compte de résultats ainsi que leur rapport de gestion.

Article 42-12 de la loi du 30 septembre 1986 : location-gérance et appel à candidatures

L'article 42-12 a pour objet, lorsqu'un débiteur soumis à une procédure de sauvegarde, de redressement ou de liquidation judiciaire est titulaire d'une autorisation relative à un service de communication audiovisuelle et que sa cession est envisagée, de permettre à un repreneur de bénéficier de cette autorisation pendant la durée d'une location-gérance, après avis favorable du Conseil supérieur de l'audiovisuel saisi par le procureur de la République. Au cours de la location-gérance, le cessionnaire doit obtenir auprès du Conseil une autorisation d'émettre à son nom, faute de quoi le tribunal ordonne la résiliation du contrat de location gérance et la résolution du plan.

Au confluent de deux législations, la disposition permet d'articuler le droit de l'audiovisuel et le droit des entreprises en difficulté et constitue une dérogation aux principes de délivrance des autorisations à la suite d'un appel à candidatures et à l'inaccessibilité des fréquences. L'accroissement du nombre de procédures collectives à l'égard de sociétés titulaires d'une autorisation d'exploiter des services de radio ou de télévision a mis en exergue la nécessité de compléter la loi sur deux points.

Lorsqu'un appel à candidatures est en cours sur une fréquence dont le titulaire fait l'objet d'une procédure de redressement judiciaire, il y aurait lieu que la loi prévoie la manière dont les deux procédures peuvent se concilier, afin d'éviter les risques d'écran noir si, au cours de la location-gérance, le cessionnaire n'obtient pas l'autorisation nécessaire du Conseil supérieur de l'audiovisuel et que le tribunal, d'office ou à la demande du commissaire à l'exécution du plan de sauvegarde ou de redressement, du liquidateur ou du procureur de la République, ordonne la résiliation du contrat de location-gérance et la résolution du plan. Il serait donc opportun de prévoir ce qu'il advient de la candidature de la société en difficulté et de préciser comment le locataire-gérant peut postuler à l'appel.

Sur un plan différent, le choix d'un locataire peut être effectué par le tribunal de commerce alors même qu'il ne correspond pas à celui d'une offre ayant fait l'objet d'un avis favorable du Conseil. Or, il apparaît qu'en application de l'article L. 661-6 du code de commerce, les jugements arrêtant un plan de cession ne sont susceptibles de faire l'objet d'un appel que de la part soit du débiteur, soit du ministère public, soit du cessionnaire ou du cocontractant mentionné à l'article L. 642-7 du même code. Il pourrait apparaître opportun de compléter les dispositions de l'article L. 661-6 du code de commerce, afin d'y prévoir que les jugements arrêtant le plan de cession d'une société titulaire d'une autorisation délivrée par le CSA peuvent faire l'objet d'un appel de la part du Conseil supérieur de l'audiovisuel.

LES CHAÎNES LOCALES OUTRE-MER

• De nouveaux appels à candidatures

En raison de l'arrivée à échéance des autorisations de différentes télévisions locales ultramarines, le Conseil a lancé, au cours de l'année 2014, plusieurs appels à candidatures : en Guadeloupe (4 juin et 18 juin 2014), en Martinique (9 avril et 28 mai 2014), à la Réunion (9 avril 2014), à Saint-Martin et Saint-Barthélemy (2 juillet 2014).

• **Projet de convention entre le Conseil supérieur de l'audiovisuel et la Polynésie française**

La loi organique 2004-192 du 27 février 2004 portant statut d'autonomie de la Polynésie française prévoit qu'« *une convention conclue entre le Conseil supérieur de l'audiovisuel et le gouvernement de la Polynésie française associe la Polynésie française à la politique de communication audiovisuelle. Cette convention doit être soumise à l'avis de l'assemblée de la Polynésie française* ». Le 1^{er} octobre 2014, Le Conseil a décidé d'adopter un nouveau projet de convention avec le gouvernement de la Polynésie française qui a émis un avis favorable à ce texte, l'assemblée de la Polynésie ayant fait de même.

• **Location-gérance**

Saisi par le Procureur de la République près le tribunal de grande instance de Cayenne d'une demande d'avis, en application de l'article 42-12 de la loi du 30 septembre 1986, d'offres de reprise présentées dans le cadre d'un plan de cession avec location-gérance de la société Antenne Télé Guyane, éditrice du service de télévision locale dénommé ATG diffusé en Guyane, le Conseil a émis, le 23 juillet 2014, un avis favorable à l'offre présentée par la société Guyane Média.

Il a également été saisi, sur le même fondement, par le Procureur de la République près le tribunal de grande instance de Fort-de-France d'offres de reprise présentées dans le cadre d'un plan de cession avec location-gérance de la société Holding Radio Télévisions-HRTV, éditrice du service de télévision locale dénommé ATV diffusé en Martinique. Le Conseil a émis, le 7 octobre 2014, un avis favorable à l'offre présentée par la société HMédia.

• **Acquisition et diffusion de programmes en outre-mer**

Plusieurs sociétés éditrices de télévision locale en outre-mer ont saisi le Conseil de pratiques de France Télévisions en matière d'achat de programmes, qui auraient pour effet, selon les auteurs de la saisine, d'empêcher les télévisions locales d'acquérir ces programmes dans des conditions de concurrence équitables. Le Conseil a appelé l'attention du Gouvernement, notamment de la ministre de la Culture et de la Communication et de la ministre des Outre-mer, sur l'inadaptation du dispositif législatif et réglementaire actuel au problème soulevé par les télévisions locales ultramarines.

LE DÉVELOPPEMENT ET LES MOYENS DE FINANCEMENT DES TÉLÉVISIONS LOCALES

Depuis la loi du 15 novembre 2013 relative à l'indépendance de l'audiovisuel public, le Conseil doit rendre compte, dans son rapport d'activité, « *du développement et des moyens de financement des services de télévision à vocation locale* ».

L'examen par le Conseil de ces éléments a été réalisé à partir des comptes sociaux 2013 de 37 éditeurs de chaînes de télévision locale et d'une répartition des produits d'exploitation selon leur origine (secteur public ou privé) établie par les éditeurs à la demande du Conseil.

Les ressources des services sont notamment constituées des produits d'exploitation suivants :

- les prestations de services effectuées par les télévisions locales pour des sociétés du secteur privé (vente d'espace publicitaire, communication institutionnelle, parrainage, prestations audiovisuelles, etc.) ;
- les financements des coproductions comptabilisés au compte de résultat ;
- les recettes de téléachat ;
- les prestations réalisées pour le secteur public (ventes d'espaces publicitaires, communication institutionnelle, prestations audiovisuelles...) ;

- les contrats d'objectifs et de moyen (COM) conclus avec les collectivités territoriales ;
- les subventions d'exploitation émanant du secteur public.

Les ressources consolidées de ces services s'élèvent ainsi à 53,5 millions d'euros pour l'exercice 2013.

Le secteur public fournit plus de la moitié des ressources des chaînes locales hertziennes (55 % en moyenne), essentiellement sous la forme de contrats d'objectifs et de moyens ou de subventions d'exploitations.

Origines des ressources des télévisions locales

Ressources issues du secteur privé	24,1 M€	45 %
<i>dont publicité</i>	13,2 M€	25 %
Ressources issues du secteur public	29,4 M€	55 %
<i>dont COM</i>	19,4 M€	36 %
<i>dont subventions d'exploitation</i>	1,5 M€	3 %
Total	53,5 M€	100 %

Deux types de services s'écartent nettement de ce profil issu de la moyenne du secteur :

- les chaînes franciliennes qui, ne bénéficiant ni de contrat d'objectifs et de moyens, ni de subventions des collectivités territoriales, sont dépendantes de la ressource privée ;
- les chaînes dont l'actionnariat est majoritairement public et qui tirent du financement public plus des trois quarts de leurs ressources.

Origine des ressources selon le type de chaînes

(M€)	Chaînes parisiennes	Chaînes à l'actionnariat public majoritaire	Autres chaînes	Total
Ressources issues du secteur privé	5,2	2,6	16,3	24,1
<i>dont publicité</i>	3,4	1,2	8,6	13,2
Ressources issues du secteur public	0,7	8,7	20,0	29,4
<i>dont COM</i>	0,0	7,1	12,3	19,4
Total	5,9	11,3	36,3	53,5

% des ressources totales	Chaînes parisiennes	Chaînes à l'actionnariat public majoritaire	Autres chaînes	Total
Ressources issues du secteur privé	88 %	23 %	45 %	45 %
<i>dont publicité</i>	58 %	10 %	24 %	25 %
Ressources issues du secteur public	12 %	77 %	55 %	55 %
<i>dont COM</i>	0 %	62 %	34 %	36 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

La publicité ne représente en moyenne qu'un quart des produits.

La publicité locale constitue 94 % du chiffre d'affaires publicitaire des chaînes locales de province alors qu'en inversement, la publicité nationale pèse pour 76 % dans les recettes publicitaires des chaînes franciliennes à vocation locale.

Les budgets des chaînes varient en fonction de plusieurs facteurs : la taille du bassin de population cible et sa composition (présence ou non d'une grande métropole), la programmation, la volonté de l'actionnaire, qu'il soit public (les chaînes à capitaux majoritairement publics ont généralement des budgets supérieurs par habitant desservi) ou privé, et la durée quotidienne de diffusion.

Le budget médian du secteur est de 1,6 M€.

Abstraction faite des services de télévision locale édités par des associations ou coopérative, moins de quatre chaînes sur dix présentent un résultat d'exploitation positif. Globalement, le secteur est peu rentable, voire déficitaire, avec une perte d'exploitation cumulée de plus de 9 M€.

Conséquence de cette précarité, on note une « mortalité » annuelle de 6 à 8 %, avec l'arrêt de trois à quatre chaînes par an.

Les charges d'exploitation des chaînes locales

Charges d'exploitation annuelles	Nombre de chaînes
> 5 M €	1
3 à 4 M €	3
2 à 3 M €	7
1 à 2 M €	13
0,5 M € à 1 M€	9
< 0,5 M €	4
Total	62,4 M€
	37

La masse salariale représente plus de 40 % des charges d'exploitation.

La structure financière du secteur reflète son équilibre économique précaire.

Structure financière du secteur

Capitaux propres	-18,0 M€
Comptes courants	26,0 M€
Part des emprunts bancaires > 1 an	3,1 M€
= capitaux permanents	11,1 M€
Fonds de roulement	-2,8 M€
Besoin en fonds de roulement	-7,5 M€
Trésorerie nette	4,7 M€

Les pertes accumulées ont entamé les fonds propres des sociétés qui affichent une situation nette cumulée négative de 18 M€.

L'absence de rentabilité du secteur explique la faiblesse des concours bancaires. Le financement des entreprises est, de fait, globalement assuré par des apports en compte courant d'actionnaires (26 M€) et par un besoin en fonds de roulement négatif.

LES AUTRES CHAÎNES

Au 31 décembre 2014, le nombre de services de télévision titulaires d'une convention ou bénéficiant du régime déclaratif était de 248. Quatorze nouvelles conventions ont été conclues au cours de l'année, une a été résiliée. Vingt-huit nouveaux services de télévision ont par ailleurs été déclarés auprès du Conseil.

Les services de télévision conventionnés ou déclarés (hors services de télévision destinés aux informations locales)

Service de télévision	248
• Services de télévision conventionnés	165
- pour la métropole	152
- pour l'outre-mer	13
• Services de télévision déclarés	83

DE NOUVELLES CHAÎNES

Plusieurs nouvelles chaînes ont fait l'objet d'un conventionnement, parmi lesquelles :

- BeIN Sports 3, éditée par la société BeIN Sports France, à côté des deux chaînes déjà existantes ;
- Mandarin TV, diffusée principalement en langue chinoise à destination des Chinois résidant en France ;
- QVC, éditée par la société QVC France et consacrée au téléachat ;
- Télé TV, chaîne entièrement dédiée à la télévision ;
- Virgin Radio TV, chaîne musicale ;
- Générations TV, chaîne musicale.

LE SUIVI DES OPÉRATEURS

• Disney Channel en Belgique

Le Conseil a adopté, le 16 juillet 2014, un avenant à la convention passée avec la société The Walt Disney Company SAS (France) concernant la diffusion du service de télévision Disney Channel en Belgique. Il s'agit de la reprise intégrale de Disney Channel, à l'exception des messages publicitaires qui peuvent être spécifiques au territoire belge.

• 6Ter et Canal+ en Suisse

La société Métropole Télévision a sollicité la conclusion d'une convention pour la diffusion de la chaîne 6Ter sur le territoire suisse, avec des messages publicitaires spécifiques pour les téléspectateurs de ce pays. La société Canal Plus a également présenté une demande identique concernant le programme Canal+. L'exploitation de ces services relève de la compétence de la France, en application de l'article 43-6 de la loi du 30 septembre 1986 modifiée, et le Conseil a adopté, le 22 octobre 2014, la convention applicable au service 6Ter, puis, le 3 décembre 2014, celle concernant Canal+, pour la distribution de ces services en Suisse.

• **Les services locaux non hertziens**

Fin 2014, les services locaux non hertziens qui ont conclu une convention avec le Conseil sont au nombre de 74. Ces services de télévision ont pour spécificité éditoriale de privilégier les programmes de proximité, les émissions thématiques et l'information consacrée à la culture locale et à la vie associative.

L'Est de la France (Bas-Rhin, Haut-Rhin, Meurthe-et-Moselle, Meuse, Moselle et Vosges) concentre près de la moitié des services locaux non hertziens du territoire métropolitain.

LA RADIO

LA BANDE FM

RESSOURCES

• **Le chantier de densification du spectre FM**

Le 5 mars 2014, le Conseil a examiné la question du développement de la radio en FM dans un contexte de diversification des modes d'accès au média radio. Il a ainsi lancé, en concertation avec les acteurs de la radio, un chantier portant sur les besoins d'enrichissement du paysage radiophonique et la stratégie de recherche de fréquences.

Les travaux de ce chantier ont été structurés autour de deux axes. Le premier vise à identifier les principes à suivre pour le choix des zones géographiques qui doivent faire l'objet d'un appel à candidatures, en prenant en compte les besoins des auditeurs et des éditeurs. Le second a pour objectif de procéder à une analyse des principes techniques de planification des fréquences et d'identifier, le cas échéant, les évolutions possibles.

Sur ce sujet, les services du Conseil ont rencontré les acteurs du secteur, dans le cadre de réunions techniques qui se sont tenues au deuxième semestre de l'année 2014. Une prochaine consultation publique permettra de recueillir plus largement leur avis.

• **Les appels à candidatures**

En vue d'enrichir l'offre radiophonique, le Conseil a présenté, le 13 février 2014, les maquettes de plans de fréquences dans le ressort des comités territoriaux de l'audiovisuel (CTA) de Paris, Caen, Lyon, Rennes et Marseille. Ces maquettes comptaient 133 nouvelles fréquences. Cette présentation a été suivie d'une concertation avec l'ensemble des acteurs du secteur radiophonique, aboutissant à des expérimentations à Villefranche-sur-Saône, Rouen et Cholet. À la suite de cette concertation, le Conseil a identifié 20 ressources supplémentaires afin d'enrichir l'offre radiophonique le long de la route nationale 193 reliant Bastia à Ajaccio.

Par ailleurs, le Conseil a procédé aux agréments de sites pour 121 fréquences, ce qui a permis la délivrance d'autorisations dans le ressort des CTA de Poitiers, Clermont-Ferrand, Bordeaux, Antilles-Guyane et Réunion-Mayotte.

• **Attribution de fréquences au service public**

Le Conseil a autorisé la diffusion de France Inter sur un émetteur de confort à Avignon et a identifié des fréquences pour la diffusion de France Bleu Gironde et France Info à Nérac et de France Bleu Picardie à Tergnier.

Outre-mer, il a autorisé France Télévisions à diffuser Guadeloupe 1^{ère} à Deshaies, Martinique 1^{ère} à Fort-de-France et Morne-Bellevue, Guyane 1^{ère} à Sinnamary et Roura, et France Inter à Deshaies, Vieux-Habitants, aux Saintes, à Morne-Bellevue et Sinnamary.

- **Les modifications des paramètres techniques des autorisations**

Tout opérateur peut demander à modifier les données techniques de son autorisation. Ces modifications doivent faire l'objet d'un agrément du Conseil ou des CTA. En 2014, 222 demandes formulées par des radios privées ont été instruites. Le Conseil a aussi étudié 42 demandes de modification de paramètres techniques formulées par France Télévisions pour des services de radio outre-mer.

- **La coordination internationale des fréquences**

Pour éviter des brouillages mutuels entre stations de pays différents, des règles de partage des fréquences aux frontières ont été définies et consignées dans les accords dits de Genève de 1984.

Dans le cadre de sa mission de gestion du spectre, le Conseil a poursuivi ses travaux de coordination internationale. Les services du Conseil ont ainsi été amenés à rencontrer les administrations suisses, allemandes, belges et anglaises.

Le tableau suivant présente l'évolution du nombre des consultations émises et reçues par le Conseil depuis dix ans.

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Nombre de consultations françaises	78	60	64	98	549	371	247	114	424	564	87
Nombre de consultations étrangères	154	180	269	312	371	257	149	307	242	325	393

Le nombre de consultations françaises en 2014 a retrouvé une valeur similaire à celle des années précédant 2008. Les nombreuses demandes faites entre 2008 et 2013 étaient liées aux appels à candidatures lancés dans le cadre du plan FM+, qui a permis de dégager de nouvelles ressources.

- **La puissance multiplex**

Au cours des dernières décennies, la diffusion radio a bénéficié de progrès technologiques importants, notamment grâce au développement des techniques de traitement numérique du son. Celles-ci peuvent entraîner une augmentation de l'énergie du signal sonore et influer directement sur un paramètre, non régulé à ce jour en France, appelé « puissance multiplex ». Dans la continuité des actions menées en 2013, le Conseil et l'Agence nationale des fréquences ont contribué à la création, en novembre 2014, d'un groupe de travail sur ce sujet, avec de nombreux acteurs membres de l'Union internationale des télécommunications (UIT). L'objectif de ce groupe est de relancer les débats sur la puissance multiplex.

- **Le contrôle du spectre**

Les attachés techniques audiovisuels (ATA) vérifient, en région, que les opérateurs de radio respectent les conditions techniques (site, fréquence, excursion maximale en fréquence et puissance d'émission) attachées aux autorisations d'usage de fréquences délivrées par le Conseil. Ils inscrivent les éventuels manquements. Ils effectuent, par ailleurs, une première analyse des demandes de modifications techniques émises par les opérateurs, qui sont, par la suite, instruites par les services techniques compétents du Conseil.

Au cours de l'année 2014, les ATA se sont notamment concentrés, s'agissant de la radio, sur la mesure d'excursion de fréquence, sur les mesures en « champ fort »¹⁴ ainsi que sur des mesures de services de radio numérique terrestre dans les villes de Paris, Nice et Marseille, où cette technologie a été lancée.

NOUVEAUX SERVICES ET SUIVI DES OPÉRATEURS EN MÉTROPOLE

• Autorisations délivrées aux radios privées

L'article 31 de la loi du 30 septembre 1986, modifiée par la loi du 15 novembre 2013 relative à l'indépendance de l'audiovisuel public, fixe les conditions dans lesquelles une consultation publique et une étude d'impact doivent être réalisées avant le lancement d'un appel à candidatures. Pour les appels à lancer après cette date, le Conseil a donc dû déterminer les zones dans lesquelles il fallait procéder préalablement à une consultation publique et à une étude d'impact. Dans le ressort du comité territorial de l'audiovisuel (CTA) de Caen, le Conseil a dissocié la zone de Rouen, pour laquelle le comité a lancé, à la demande du Conseil, une consultation publique le 27 octobre 2014, et les autres zones où des fréquences étaient disponibles et où un appel a été ouvert le 15 octobre 2014. De même, dans le ressort du CTA de Lyon, le Conseil a distingué sept zones (Bourg-en-Bresse, Valence, Grenoble, Morzine, Chamonix, Villefranche-sur-Saône et Thonon-les-Bains) dans lesquelles le comité a lancé une consultation publique le 6 novembre 2014, et les autres zones où un appel a été lancé sans consultation publique préalable ni étude d'impact le 1^{er} octobre 2014.

Les délivrances d'autorisations radio en 2014

CTA concerné	Date de lancement	Nombre de fréquences	Recevabilité	Sélection	Autorisation
Poitiers	3 juillet 2012	65	20 novembre 2012 (34 recevables)	19 février 2013	22 janvier 2014
Clermont-Ferrand (zone de Thiers)	29 mai 2013	1	16 octobre 2013 (15 recevables)	23 octobre 2013	29 janvier 2014
Lille	24 juillet 2013 rouvert le 18 septembre 2013	14	11 décembre 2013 (39 recevables)	4 juin 2014	
Bordeaux	24 juillet 2013	13	13 novembre 2013 (33 recevables, 1 irrecevable)	23 avril et 16 juillet 2014	22 octobre 2014
Rennes (appel en AM à Saint-Guénolé)	30 juillet 2014	1 (1593 kHz)	26 novembre 2016 (1 recevable)		
Lyon	1 ^{er} octobre 2014	57			
Caen	15 octobre 2014	32			

¹⁴ Perturbations de la réception de la radio ou de la télévision à proximité d'un site de diffusion de télévision ou de radio voire, de téléphonie mobile 4G-LTE.

Au cours de l'année 2014, le Conseil a également délivré des autorisations pour des services d'information routière. Le 21 mai 2014, le Conseil a, après avis des CTA de Lille, Nancy et Paris, autorisé la société Soderane à diffuser le service SANEF 107.7 sur les autoroutes A2, A4, A16, A26 (section Arras/Troyes) et A29, dans le cadre de l'appel à candidatures lancé le 17 juillet 2013.

L'autorisation relative à l'exploitation d'un service de radio sur les autoroutes A10, A11, A19 section Artenay/Courtenay, A20, A28, A62, A63, A64, A66, A72, A83, A837, A85, A877, A89 (section Libourne/Balbigny) délivrées à la société Radio Vinci Autoroutes, ainsi que celle délivrée à la société SIRA sur l'autoroute A432 (section La Boisse/Saint-Laurent) arrivant à échéance le 13 décembre 2014, le Conseil a lancé, le 23 juillet 2014, un appel à candidatures sur ces autoroutes.

Le 23 juillet 2014, le Conseil a également lancé un appel à candidatures sur la section Barentin/Écalles-Alix de l'autoroute A150 dont la mise en service est prévue fin janvier 2015.

Le 11 juin 2014, le Conseil a agréé le changement de prestataire de programmes, MédiaMeeting au lieu de Radio France, pour SANEF 107.7.

- **Modifications de convention et d'autorisation, abrogations d'autorisation**

Reconductions d'autorisation

Les douze CTA de métropole ont adopté 26 décisions de reconductibilité et 32 décisions de reconduction pour les radios de catégorie A ou de catégorie B de leur seul ressort. Pour les autres opérateurs, le Conseil a décidé de procéder à une cinquantaine de reconductibilités et à une vingtaine de reconductions.

Modifications de conventions et d'autorisation, abrogations d'autorisation

En 2014, les CTA de métropole ont adopté plus de 150 décisions de modification non technique pour les radios de catégorie A ou de catégorie B de leur seul ressort. Parmi les modifications examinées par le Conseil, a été notamment agréé le 21 mai 2014 le changement de titulaire et de catégorie de Jazz Radio à Marseille, exploité en catégorie D par la société Jazz France, au profit de sa filiale la société Jazz Région Développement, en vue d'une exploitation en catégorie C.

À la suite de restitutions de fréquence ou de liquidations judiciaires, le Conseil a abrogé quatre décisions d'autorisation en 2014. Les fréquences correspondantes seront remises en jeu dans de prochains appels à candidatures.

Mises en demeure

Au cours de l'année 2014, le Conseil a prononcé, à l'encontre d'éditeurs de service de radio analogique :

- 11 mises en demeure pour non-émission ;
- 13 mises en demeure en raison de l'absence de fourniture de documents permettant au Conseil d'exercer son contrôle (absence de fourniture des enregistrements, des rapports d'activité ou des documents financiers) ;
- 3 mises en demeure pour absence de respect des obligations en matière de diffusion d'un programme d'intérêt local ou d'informations et rubriques locales.

Nombre d'opérateurs et de fréquences FM par CTA et par catégorie en métropole au 31 décembre 2014

CTA	Catégorie A			Catégorie B			Catégorie C			Catégorie D			Catégorie E			Total
	Opérateurs	Fréquences	Opérateurs	Fréquences	Opérateurs	Fréquences	Opérateurs	Fréquences	Opérateurs	Fréquences	Opérateurs	Fréquences	Opérateurs	Fréquences	Opérateurs	
Bordeaux	55	99	16	59	8	44	16	113	4	66	99	99	381			
Caen	34	13	7	47	21	156	3	78								
Clermont-Ferrand	36	14	7	27	17	156	3	68								403
Dijon	38	12	6	16	139	62	3	78								
Lille	67	43	35	104	3	53	302									
Lyon	28	50	52	81	48	259										
Marseille	163	126	60	253	4	149										
Nancy	104	88	89	172	3	113	721									
Paris	96	23	12	19	3	106										
Poitiers	37,5	21	64	189	101	544										
Rennes	33	10	4	74	4	82										
Toulouse	56	64	17	110	3	298										
Total opérateurs	577	225,5	122	93	195	115	750,5									
Total fréquences	1102	175	69	25	5	851										
			884	570	1744	871	5171									

*Chaque opérateur autorisé dans plusieurs CTA n'est compté qu'une fois.

Pourcentage de fréquences FM privées par catégorie en métropole au 31 décembre 2014

CTA	Catégorie A	Catégorie B	Catégorie C	Catégorie D	Catégorie E
Bordeaux	26 %	15 %	12 %	30 %	17 %
Caen	16 %	17 %	12 %	38 %	17 %
Clermont-Ferrand	20 %	15 %	8 %	39 %	18 %
Dijon	23 %	14 %	12 %	34 %	17 %
Lille	11 %	19 %	20 %	31 %	19 %
Lyon	23 %	17 %	8 %	35 %	17 %
Marseille	19 %	16 %	16 %	32 %	17 %
Nancy	18 %	17 %	12 %	35 %	18 %
Paris	20 %	24 %	2 %	40 %	14 %
Poitiers	19 %	21 %	6 %	37 %	17 %
Rennes	22 %	16 %	9 %	37 %	16 %
Toulouse	30 %	16 %	13 %	26 %	15 %
Total	21 %	17 %	11 %	34 %	17 %

OUTRE-MER : NOUVEAUX SERVICES ET SUIVI DES OPÉRATEURS

• Autorisations délivrées aux radios privées

Antilles-Guyane

À l'issue de l'appel à candidatures lancé le 20 novembre 2012 dans le département de la Guyane, le Conseil a délivré les autorisations d'usage de fréquence à 16 radios et a déclaré l'appel infructueux sur certaines zones.

À l'issue de l'appel lancé le 3 avril 2013 dans le département de la Guadeloupe, le Conseil a délivré les autorisations d'usage de fréquence aux radios Karata et RCI.

La Réunion

À l'issue de l'appel à candidatures partiel lancé le 22 janvier 2013, le Conseil a délivré les autorisations d'usage de fréquence à sept radios (RSL, Free Dom, Urban Hit, RIL, Free Dom 2, Sunlight, Fun).

Mayotte

À la suite de l'appel à candidatures lancé le 22 janvier 2013, le Conseil a délivré les autorisations d'usage de fréquence à Radio Carrefour, Chante FM, Éducative Mahécha, Mayotte FM et FG Radio.

• Modifications de convention et d'autorisation, abrogations d'autorisation

Antilles-Guyane

Le Conseil a agréé la modification du contrôle indirect de la société Trace TV, titulaire d'une autorisation pour l'édition du service de radio Trace Radio (catégorie D) ainsi que de la société Radio Bis-Trace FM, titulaire d'autorisations pour l'édition des services de radio Trace FM Guadeloupe, Trace FM Guyane et Trace FM Martinique (catégorie B).

Polynésie

Le Conseil a agréé, sur le fondement de l'article 42-3 de la loi du 30 septembre 1986, la modification de capital de la société Média Polynésie qui contrôle la société PAC FM (NRJ Tahiti et Rire et Chansons Tahiti).

SYNDICATION DE PROGRAMMES

La syndication de programmes se définit comme un accord entre deux services de radio de même catégorie par lequel ceux-ci diffusent en commun une partie de leurs programmes et qui, dans les faits, aboutit à la reprise par l'un des services de radio dans sa grille d'une partie des émissions de l'autre radio. Il conserve, pour le reste de sa grille, ses programmes propres.

Une telle modification de programmes doit être agréée par le Conseil dans le cadre fixé par l'article 42-3 de la loi du 30 septembre 1986. Cet agrément permet aux titulaires d'autorisations d'usage de fréquence de voir leurs autorisations modifiées sans nouvel appel à candidatures. C'est pourquoi la loi et la jurisprudence encadrent la possibilité d'autoriser de telles modifications de programmes afin qu'elles ne conduisent pas à un détournement de la procédure de l'appel.

Le juge administratif a ainsi rappelé, au cours de l'année 2014, que de telles modifications de programmes ne peuvent être autorisées si la modification sollicitée revêt un caractère substantiel, du fait de son objet ou de son ampleur (CE, 28 novembre 2014, Société NRJ Réseau, n° 363146). Il faut en outre que cette modification ne soit pas de nature à compromettre l'impératif fondamental de pluralisme et l'intérêt du public. À titre d'exemple, le Conseil se trouve donc fondé à rejeter une demande de syndication lorsque celle-ci aurait pour effet, d'une part, de restreindre sensiblement le temps d'antenne consacré à l'information régionale, en particulier le week-end, sur l'un des services concernés, et, d'autre part, d'élargir le public de ce service à l'ensemble des jeunes urbains (CAA Paris, 4 décembre 2014, Association Radio Sun FM, n° 14PA00551).

LA RADIO NUMÉRIQUE TERRESTRE

LE LANCEMENT DES PREMIERS SERVICES

Conformément à la loi du 5 mars 2007, deux bandes de fréquences sont identifiées pour la radio numérique terrestre (RNT) : la bande III¹⁵ et la bande L¹⁶.

Concernant la bande III, le Conseil a procédé, au premier semestre 2014, à l'agrément de sites de diffusion pour la RNT. Cette procédure a fait suite à des appels à candidatures dans les zones de Paris, Marseille et Nice, qui avaient conduit à l'autorisation de 107 éditeurs en janvier 2013 et à la constitution, la même année, des multiplex (réunissant chacun plusieurs éditeurs autorisés) nécessaires à la diffusion des programmes.

Les multiplex autorisés sur ces trois zones ont démarré progressivement leur diffusion à partir du 20 juin 2014. En janvier 2015, 13 multiplex (sur les 14 constitués) étaient diffusés. Au total, 99 programmes, pour certains également disponibles en FM, étaient émis dans les trois zones concernées, dont 37 services autorisés en catégorie A, 20 en catégorie B, 40 en catégorie D et 2 en catégorie E.

Au cours de l'année 2014, le Conseil a également été amené à modifier les autorisations des éditeurs souhaitant diffuser leurs programmes en DAB+ au lieu de la norme T-DMB initialement autorisée¹⁷. À ce jour, à quelques exceptions près, la norme DAB+ est celle utilisée par la grande majorité des éditeurs.

¹⁵ La bande III correspond aux fréquences hertziennes comprises entre 174 et 225 MHz.

¹⁶ La bande L correspond aux fréquences hertziennes comprises entre 1452 et 1492 MHz. Seule, la partie basse de cette bande, comprise entre 1452 et 1467,92 MHz est affectée au Conseil.

¹⁷ Un arrêté en date du 16 août 2013 a autorisé l'utilisation en RNT de la norme DAB+, en complément de la norme T-DMB autorisée depuis le 3 janvier 2008.

Enfin, au deuxième semestre 2014, le Conseil a organisé plusieurs réunions avec les acteurs de la RNT afin d'engager des travaux sur le mode de calcul de la population desservie, nécessaires pour évaluer si le plafond des 20 % de population couverte, qui déclenche les obligations d'intégrer les puces RNT dans les récepteurs radio¹⁸, était atteint.

Concernant la bande L, un acteur, Onde Numérique, est autorisé depuis le 15 janvier 2013 à émettre dans cette bande. Cette société propose un bouquet payant comprenant des services de radio, dont neuf inédits et à dominante parlée, un service musical et un service d'info-trafic. Un émetteur a été mis en service en octobre 2014 à Toulouse. En revanche, fin 2014, l'offre de services n'était pas encore commercialisée.

LES PERSPECTIVES : LE RAPPORT DU CONSEIL SUR LA RADIO NUMÉRIQUE TERRESTRE

Le 21 janvier 2015, le Conseil a adopté un rapport sur la place de la radio numérique terrestre dans l'évolution actuelle de ce média, transmis au Parlement et au Gouvernement et rendu public sur son site internet. Ce rapport a notamment fait suite à une consultation ouverte le 11 décembre 2014, à laquelle 39 acteurs, intervenant sur toute la chaîne de distribution du média radio¹⁹, ont répondu.

Le Conseil s'est d'abord appliqué à décrire l'état actuel des modes de diffusion de la radio, en les présentant dans l'ordre chronologique de leur apparition. Le rapport souligne notamment le rôle majeur de la FM dans l'enrichissement très significatif à compter des années 80 de l'offre radiophonique : avec 850 opérateurs autorisés aujourd'hui par le Conseil, la FM constitue le socle du paysage radio, avec certaines limites (disparité de l'offre, questions sur l'évolution du marché publicitaire). Le rapport met également en lumière la dynamique de l'offre sur internet sous ses différentes formes (services de radio, services alternatifs à la radio), facteur à la fois de développement du nombre de radios déjà présentes en FM et de concurrence pour ces dernières de la part de services alternatifs. Il rappelle aussi les différentes étapes (construction du cadre juridique, expérimentations techniques, élaboration d'une stratégie nourrie de concertations successives avec les acteurs) ayant conduit au premier déploiement de la radio numérique terrestre en bande III et en bande L.

Le rapport s'attache ensuite à déterminer la place de la radio numérique terrestre dans l'évolution de ce paysage. Il présente les atouts et les limites des différents modes de diffusion en ce qui concerne le développement du média radio : la FM conserve les qualités qui en ont fait le mode d'accès privilégié par les auditeurs et éditeurs, mais doit faire face aux limites de la ressource hertzienne encore disponible et au défi de l'enrichissement de l'offre de services aujourd'hui attendue par les usagers. La radio sur internet présente l'avantage de proposer une offre de programmes potentiellement beaucoup plus vaste que la FM et la RNT, ne souffrant pas des limitations de la ressource auxquelles celles-ci sont confrontées. Elle doit néanmoins faire face à des obstacles de nature technique (liées à l'utilisation de la bande passante et aux usages en mobilité) et économique (pour l'auditeur, s'agissant d'un mode non gratuit d'accès à la radio, pour les éditeurs du fait notamment d'un modèle économique encore fragile), et pose la question de sa régulation. Pour sa part, la radio numérique terrestre présente des atouts techniques (qualité sonore, possibilités d'enrichissement du contenu et, pour les éditeurs, de développer davantage leur couverture en hertzien) par rapport à la FM, tout en conservant l'anonymat et la gratuité que n'offre pas la radio sur internet. Son équation économique, qui est très liée au parc de terminaux recevant la RNT, reste encore incertaine.

¹⁸ Article 19 de la loi n° 2007-309 du 5 mars 2007 relative à la modernisation de la diffusion audiovisuelle et à la télévision du futur.

¹⁹ Notamment des fournisseurs de récepteurs radio et les syndicats les représentant, des éditeurs de radios et des syndicats les représentant, des opérateurs de multiplex, des diffuseurs et des opérateurs de télécommunications.

Le rapport présente ensuite les champs d'action possibles pour les pouvoirs publics quant au développement de la radio numérique terrestre, en les centrant sur trois thématiques : l'évolution du cadre juridique, l'enjeu des radios de service public, les stratégies de déploiement. Si, à la lumière des actions menées en vue du démarrage de la RNT à Paris, Marseille et Nice, une adaptation du cadre juridique actuel paraît utile (concernant les règles de désignation conjointe de l'opérateur de multiplex, le choix de la norme de diffusion en mode numérique et le régime des données associées), d'autres évolutions pourraient être envisagées en fonction des scénarios de déploiement retenus. L'enjeu que représente le service public dans le déploiement de la radio numérique terrestre est examiné sous l'angle de l'impulsion qu'il favoriserait et du gain qu'il retirerait de la possibilité de proposer l'ensemble de son offre sur le territoire national. Cela suppose toutefois que les acteurs privés identifient un modèle économique pour la radio numérique terrestre et que les pouvoirs publics précisent le rôle qu'ils entendent voir jouer aux acteurs du service public en la matière. Enfin, différentes stratégies de déploiement de la radio numérique terrestre sont proposées, sur la base d'un état des lieux de la ressource disponible (poursuite de la stratégie actuelle d'appels à candidatures locaux/régionaux, appels à candidatures nationaux, appel distributeur).

En conclusion, le Conseil constate que tous les modes d'accès peuvent contribuer à l'avenir de la radio dans la mesure où ils concourent au pluralisme des courants d'expression socioculturels et à l'intérêt du public ; il importe que les acteurs de la radio disposent autant que possible du choix des plateformes de diffusion les mieux adaptées à leur développement. Dans cette perspective, la radio numérique terrestre constitue un facteur d'enrichissement de l'offre radiophonique et peut se développer sous certaines conditions sans fragiliser l'équilibre économique des acteurs.

En réponse aux manifestations d'intérêt formulées par plusieurs acteurs, la poursuite du déploiement de la RNT doit être envisagée conformément à la mission que le législateur a fixée au Conseil. Le Conseil souhaite continuer à lancer des appels à candidatures locaux destinés aux éditeurs, à une échéance telle qu'ils induisent une dynamique tout en préservant la capacité d'investissement des éditeurs, sans exclure d'autres modalités de déploiement (par des distributeurs, par exemple).

Le choix des zones retenues pour les appels à candidatures locaux doit donner la priorité aux zones définies selon trois critères : celles où se sont déployées des expérimentations ayant eu des résultats positifs (Nantes, Lyon), les zones frontalières dans lesquelles la ressource hertzienne en FM est rare (Lille, Strasbourg...), celles qui présentent une pénurie de l'offre radio analogique. Sur cette base, dès 2015, des procédures (consultation publique et étude d'impact si nécessaire, appel à candidatures) seront ainsi engagées. Le choix des zones tiendra compte du seuil de 20 % de couverture de la population à partir duquel les récepteurs commercialisés doivent intégrer la radio numérique terrestre.

Le Conseil est aussi attaché à ce que reste ouverte la possibilité d'accueillir des acteurs majeurs, publics et privés, en fonction de l'évolution des conditions de marché.

Enfin, le Conseil attire l'attention du Parlement et du Gouvernement sur l'utilité d'une évolution du cadre juridique qui permettrait de faciliter le développement de ce média, notamment en ce qui concerne les règles de désignation conjointe de l'opérateur de multiplex par les éditeurs d'un même multiplex, le choix de la norme de diffusion en mode numérique et le régime des données associées.

LES RADIOS DIFFUSÉES PAR D'AUTRES RÉSEAUX

Au 31 décembre 2014, le nombre de services de radio titulaires d'une convention ou bénéficiant du régime déclaratif était de 175.

Services de radio	175
Services de radio conventionnés	13
Services de radio déclarés	162

LES NOUVEAUX SERVICES

L'AUDIOVISUEL À L'ÈRE DU NUMÉRIQUE

L'audiovisuel vit à l'ère du numérique et le numérique à l'ère de l'audiovisuel. Des mutations importantes découlent de cet entrelacement, qui peut être profitable sous certaines conditions.

Plus encore qu'auparavant, le contenu audiovisuel devient l'un, si ce n'est le premier, des moteurs de consommation sur internet et se trouve, pour de nombreux acteurs, d'autant plus au cœur de leur modèle économique qu'il se professionnalise, permet d'enclencher un cercle vertueux par son potentiel de captation d'audience et trouve dans le développement des terminaux connectés (téléviseurs, tablettes et ordiphones) un amplificateur indéniable. Le succès de certains fournisseurs de vidéo à la demande par abonnement confirme ce caractère central, mais aussi l'importance des outils qui permettent sa promotion et sa consommation.

Certains acteurs de l'internet dont le modèle économique repose sur les contenus, en particulier audiovisuels, partagent une autre caractéristique : une croissance particulièrement rapide, à une échelle mondiale, et ayant conduit à la constitution tout aussi rapide d'activités et de services structurés verticalement et largement adoptés par les consommateurs. Ce modèle en silo et la place de distributeurs intermédiaires entre l'usager et le contenu qu'ont pris ces acteurs (que ce soient les plateformes de partage de contenus, les éditeurs de systèmes d'exploitation, les magasins d'applications, les constructeurs de terminaux, etc.), soulèvent des questions inédites en matière de financement de la création, d'équilibre du jeu concurrentiel, d'accès aux contenus, de mise en valeur de la diversité culturelle et de protection des données privées.

C'est dans ce contexte de transformations structurantes pour l'audiovisuel que le Conseil a poursuivi en 2014 ses réflexions engagées au cours des années précédentes.

La recherche d'un équilibre entre vie privée et innovation qui ne se fasse pas au détriment du libre choix et de la diversité des contenus a notamment été au cœur de ses préoccupations avec le développement du *Big data* et plus généralement des systèmes exploitant massivement les données des utilisateurs.

La réflexion du Conseil a également été animée par la proposition de création d'une catégorie juridique nouvelle : celle des « plateformes » - auxquelles aboutissent aussi les réflexions du Conseil national du numérique (CNNum) et du Conseil d'État - distincte de celle des hébergeurs, autour des concepts de « loyauté » ou de « bonne foi », dont découleraient en particulier des règles relatives aux méthodes de référencement et aux algorithmes de classement. Ces règles, même si elles dépassent largement le cadre de la régulation audiovisuelle - puisqu'elles ont vocation à s'appliquer à l'ensemble des services, audiovisuels ou non, proposés sur internet -, ouvrent des perspectives qu'il convient d'explorer dans l'objectif d'une régulation adaptée aux changements induits par l'entrelacement entre audiovisuel et numérique.

C'est dans le cadre de ces différentes réflexions que le Conseil a répondu à la concertation sur le numérique lancée par le Gouvernement le 5 septembre 2014 et animée par le CNNum. Il a plus

particulièrement contribué aux consultations pour lesquelles les questions audiovisuelles pouvaient être les plus pertinentes. Le Conseil est ainsi intervenu à cette occasion sur les thèmes relatifs à la publicité, aux évolutions organisationnelles induites par le numérique, à la neutralité de l'internet, au soutien à l'innovation, aux algorithmes et aux données personnelles.

Les mutations numériques de l'audiovisuel sont à l'origine de nouveaux usages, de nouveaux modèles économiques et de nouvelles formes de création de valeur ; elles nécessitent que les pouvoirs publics s'y préparent et les accompagnent.

Tout comme ces transformations ne connaissent pas de frontières nationales, les réflexions des pouvoirs publics doivent prendre corps et se concrétiser aux niveaux local et européen.

Le groupe des régulateurs européens des services de médias audiovisuels (European Regulators Group for Audiovisual Media Services – ERGA), de par sa vocation à apporter sa propre contribution, opérationnelle et coordonnée, à l'évolution du cadre juridique européen, s'inscrit dans cette dimension et constitue un organe d'échange d'expériences, de bonnes pratiques et de réflexions. Les évolutions que pourrait suivre la directive sur les services de médias audiovisuels en matière de compétence matérielle, de compétence territoriale et de protection des publics pour adapter la régulation et ses outils aux nouveaux usages et services est ainsi au cœur des travaux que l'ERGA a engagés au second semestre 2014 et qui se concrétiseront en 2015.

LES SMAD

UN NOUVEAU RÉGIME DE DÉCLARATION PRÉALABLE

La loi n° 2013-1028 du 15 novembre 2013 relative à l'indépendance de l'audiovisuel public a introduit dans la loi du 30 septembre 1986 le principe d'une déclaration auprès du Conseil des services de médias audiovisuels à la demande qui sont distribués sur les réseaux n'utilisant pas des fréquences assignées par le Conseil, ainsi que celle des distributeurs de ces services.

L'objet de la déclaration est de faciliter l'identification des SMAD, de façon à mieux assurer leur régulation et pouvoir vérifier les obligations qui leur incombent. Un formulaire simplifié de déclaration a été élaboré par le Conseil pour permettre une déclaration en ligne.

Pour les distributeurs, les formalités sont identiques à celles qui existent déjà pour les offres contenant des services de télévision. Le distributeur doit ainsi décrire la composition de son offre et préciser, le cas échéant, les mesures destinées à assurer la protection de la jeunesse, si des programmes relevant de la catégorie V sont mis à la disposition du public.

LE BILAN DES SERVICES

• Le suivi du respect des obligations du décret du 12 novembre 2010

Le Conseil a publié, le 19 juin 2014, un bilan de l'activité des SMAD et du respect de leurs obligations pour l'année 2012.

À cette occasion, il a relevé que le nombre de services et de sociétés éditrices pris en compte dans le bilan 2012, à savoir une centaine de services édités par environ quarante sociétés, était stable par rapport à 2011. Cependant, le paysage des SMAD a nettement évolué avec l'apparition et la disparition de nombreux acteurs. En outre, le Conseil a noté que, si les informations transmises par les acteurs étaient plus précises, de nombreuses déclarations demeuraient lacunaires ; de plus, certains acteurs n'ont pas transmis leur bilan.

Le décret relatif aux services de médias audiovisuels à la demande prévoit notamment :

- l'obligation pour les services dont le chiffre d'affaires annuel excède 10 millions d'euros de contribuer au développement de la production d'œuvres cinématographiques et audiovisuelles ;
- l'obligation pour les services dont le catalogue comporte au moins 20 œuvres cinématographiques ou 20 œuvres audiovisuelles de réserver, d'une part, 60 % de leur catalogue aux œuvres européennes et 40 % aux œuvres d'expression originale française²⁰, et d'autre part, une proportion substantielle à ces mêmes œuvres sur la page d'accueil de leur service²¹.

En 2012, trois services étaient soumis à des obligations de contribution au développement de la production audiovisuelle et cinématographique. Deux ont rempli la totalité de leurs obligations et le troisième les a remplies en partie.

Le bilan pour l'année 2012 met en évidence que 71 % des services étudiés (soit 84 % des services de télévision de rattrapage et 55 % des services de vidéo à la demande par abonnement ou à l'acte) ont respecté la totalité ou la majeure partie de leurs obligations d'exposition.

Pour cette deuxième année d'application du décret du 12 novembre 2010, le Conseil a choisi de ne pas sanctionner les manquements relevés, mais d'adopter une démarche pédagogique en informant chaque éditeur de ceux-ci et en lui communiquant les observations qu'appelait sa déclaration.

Le second semestre 2014 a été consacré à l'élaboration du bilan de l'exercice 2013 sur la base des échanges avec les éditeurs de services, dans l'optique de son adoption par le Conseil au début de l'année 2015.

• **La poursuite des travaux de qualification des services**

En 2014, le Conseil a poursuivi ses expertises visant à examiner si des services relevaient du régime des SMAD.

En janvier 2014, il a auditionné des éditeurs de sites internet de radios sur l'évolution de leurs pratiques et de leurs stratégies en matière d'édition de contenus audiovisuels délinéarisés.

Le 30 juillet 2014, le Conseil a qualifié de SMAD certaines parties du site internet d'un groupe audiovisuel en notant qu'il proposait des programmes relevant de deux catégories de services visées par le décret du 12 novembre 2010 : la télévision de rattrapage et la vidéo à la demande gratuite. Par décision du 11 décembre 2014, une mise en garde a été adressée à son éditeur afin qu'il respecte les obligations auxquelles est, de ce fait, soumis son service. Le Conseil lui a en particulier rappelé qu'il était tenu de prendre en compte les recettes issues de l'exploitation de ses programmes de télévision de rattrapage dans le calcul de ses obligations de contribution à la production et de lui fournir une déclaration annuelle sur le respect de ses obligations de financement et d'exposition des œuvres.

²⁰ L'article 12 du chapitre II du décret du 12 novembre 2010 dispose qu' « à tout moment, les éditeurs de services réservent respectivement dans le nombre total d'œuvres cinématographiques de longue durée et audiovisuelles mises à disposition du public une part au moins égale à : 1) 60 % pour les œuvres européennes ; 2) 40 % pour les œuvres d'expression originale française. Toutefois, ces proportions sont, pendant une durée de trois ans à compter de leur première application aux services atteignant l'un des deux seuils mentionnés à l'article 11, fixées respectivement à 50 % et 35 %. »

²¹ L'article 13 du chapitre II du décret du 12 novembre 2010 dispose que « sur leur page d'accueil, les éditeurs de services réservent à tout moment une proportion substantielle des œuvres, dont l'exposition est assurée autrement que par la seule mention du titre, à des œuvres européennes ou d'expression originale française, notamment par l'exposition de visuels et la mise à disposition de bandes annonces. »

• Les réflexions sur le cadre de régulation des SMAD

Le Conseil veille, par l'application des textes et la réflexion sur leur évolution, à construire pour ces services un cadre de régulation efficace et adapté.

Les précisions concernant l'application du décret du 12 novembre 2010

À l'occasion du bilan du respect des obligations des SMAD pour l'année 2012, le Conseil a apporté des précisions concernant l'application de certaines dispositions du décret du 12 novembre 2010.

Il a ainsi indiqué que :

- les services étaient autorisés à mutualiser leurs obligations d'exposition sur l'ensemble des œuvres (audiovisuelles et cinématographiques) ;
- le seuil de 20 œuvres, à partir duquel sont déclenchées les obligations d'exposition prévues par le décret, s'entendait à tout moment et non de manière globale sur l'année ;
- les services étaient soumis aux obligations d'exposition uniquement pour la catégorie (œuvres audiovisuelles ou œuvres cinématographiques) dans laquelle ils atteignaient le seuil de 20 œuvres.

Les suites du rapport du Conseil au Gouvernement sur l'application du décret du 12 novembre 2010

Le Conseil avait formulé des propositions dans son rapport au Gouvernement sur l'application du décret du 12 novembre 2010, remis en novembre 2013. Plusieurs actions ont été engagées par des institutions dans la continuité de certaines de ces propositions.

La consultation ouverte en juin par la Direction générale des médias et des industries culturelles (DGMIC) sur l'adaptation de ce décret fait écho au souhait du Conseil de voir s'engager une réflexion globale sur ce texte.

Le Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC) a engagé une concertation avec les acteurs sur la révision de l'accord interprofessionnel de juillet 2009 relatif à la chronologie des médias. Concernant les délais imposés par ce texte, le Conseil proposait de passer de 4 à 3 mois pour la V&D à l'acte et de 36 mois à 24 mois pour la V&D par abonnement (voire 14 mois pour certains films), ainsi que de limiter le gel des droits.

Le Conseil recommandait par ailleurs de réfléchir, à l'échelle européenne, au principe d'établissement, afin d'examiner les questions de distorsion de concurrence pour les SMAD qui visent le public français tout en étant établis dans d'autres États ayant adopté une réglementation plus légère. Le thème de la compétence territoriale a été retenu dans le programme de travail 2015 de l'ERGA (European regulators group for audiovisual media services), dans la perspective d'un réexamen de la directive 2010/13/UE relative aux services de médias audiovisuels (dite *directive SMA*).

LES DISTRIBUTEURS

À la fin 2014, le Conseil avait enregistré 66 déclarations de distributeurs proposant au public des services de radio ou de télévision, dont 45 en métropole et 21 outre-mer.

Un nombre croissant d'offres est proposé par voie IP, sur des réseaux non gérés, selon les technologies *over the top* (OTT).

Le Conseil a ainsi pris acte de la déclaration de la nouvelle offre de services de la société SFR, l'offre RED+BOX, décodeur qui s'inscrit dans ses offres de forfait mobile. Ce décodeur *over the top*

propose plusieurs chaînes de télévision et permet également l'accès à diverses applications ainsi qu'à des services de télévision à la demande.

Les sociétés Tévolution et L'Telecom ont également déclaré au Conseil une offre de services dénommée REGLO TV, fruit d'un partenariat entre les deux sociétés. Conçue par Tévolution et commercialisée par L'Telecom, l'offre REGLO TV se distingue de l'offre de TNT payante du même nom, déclarée par L'Telecom et TF1 le 22 novembre 2012. Elle propose l'accès, au moyen d'un boîtier unique, aux chaînes de la TNT gratuite par voie hertzienne terrestre ainsi qu'à une offre payante diffusée par voie IP, sur des réseaux non gérés. L'ensemble représente quelque 106 chaînes, ainsi que des services délinéarisés.

LA RÉGULATION DES MARCHÉS

MESURE DE L'IMPACT ÉCONOMIQUE DES DÉCISIONS D'AUTORISATION

L'article 18 de la loi du 30 septembre 1986 modifiée par la loi du 15 novembre 2013 relative à l'indépendance de l'audiovisuel public prévoit que le Conseil établit « *chaque année un rapport public qui rend compte de (...) l'impact, notamment économique, de ses décisions d'autorisation d'usage de la ressource radioélectrique délivrées en application des articles 29, 29-1, 30-1, 30-5 et 30-6* ».

Les spécificités respectives des services, d'une part, de radio et, d'autre part, de télévision appellent deux approches distinctes dans la mise en œuvre des dispositions de cet article. Les développements correspondants figurent dans le chapitre suivant intitulé *Mesure de l'impact des décisions d'autorisation délivrées par le Conseil supérieur de l'audiovisuel au cours de l'année 2014* (voir page 99).

Les décisions prises en matière de radio s'inscrivant uniquement dans le cadre d'appels à candidatures partiels en 2014, le Conseil, après avoir décrit les dynamiques du secteur quant à l'audience et le marché publicitaire, a analysé les effets au niveau local que ses décisions ont pu avoir cette même année ou qu'elles pourraient emporter s'agissant de la diffusion analogique. La radio numérique terrestre et son lancement dans les villes de Paris, Marseille et Nice, font l'objet d'une analyse spécifique.

En matière de télévision, et compte tenu des obligations de couverture associées aux autorisations données dans ce secteur, l'analyse est de dimension nationale et porte, pour la TNT gratuite, sur le marché publicitaire, les audiences, le pluralisme des programmes, la diversité des opérateurs et la concentration du secteur. Cette étude se concentre principalement sur les effets des dernières décisions prises en 2012 portant sur l'autorisation de six nouvelles chaînes diffusées en haute définition.

AVIS À L'AUTORITÉ DE LA CONCURRENCE

En 2014, l'Autorité de la concurrence a saisi le CSA pour avis, sur le fondement de l'article 41-4 de la loi du 30 septembre 1986, de deux opérations de concentration économique et, sur le fondement de l'article R. 463-9 du code de commerce, de quatre affaires de pratiques anticoncurrentielles avec demande de mesures conservatoires. Dans la mesure où trois de ces affaires sont en cours d'instruction par l'Autorité de la concurrence, le CSA n'est pas en mesure de communiquer la teneur de l'ensemble de ses avis.

AVIS N° 2014-2 DU 13 FÉVRIER 2014 RELATIF À LA NOTIFICATION DE L'ACQUISITION DES SOCIÉTÉS DIRECT 8 ET DIRECT STAR PAR LES SOCIÉTÉS VIVENDI ET GROUPE CANAL PLUS

Par un protocole d'accord du 1^{er} décembre 2011, le groupe Bolloré et la société Vivendi se sont engagés sur la cession des deux sociétés titulaires des autorisations d'émettre en TNT.

Cette opération a fait l'objet d'un premier agrément par l'Autorité de la concurrence en 2012, puis par le CSA sur le fondement de l'article 42-3 de la loi du 30 septembre 1986.

Par une décision rendue le 23 décembre 2013²², le Conseil d'État a prononcé l'annulation de la décision de l'Autorité de la concurrence autorisant le rachat de Direct 8 et Direct Star par les groupes Vivendi et Canal Plus. Par une décision du même jour²³, le Conseil d'État a prononcé l'annulation partielle de la décision du CSA « *en tant qu'elle ne contient pas d'engagements permettant d'assurer un accès équilibré de tous les opérateurs aux marchés de droits autres que le marché des droits de diffusion en clair de films français récents ainsi qu'à la ressource publicitaire* ».

Vivendi et Groupe Canal Plus ont procédé à une nouvelle notification de l'opération à l'Autorité de la concurrence qui a, par un courrier du 16 janvier 2014, saisi le Conseil pour avis.

Le Conseil a rendu son avis le 13 février 2014. Il a formulé des observations sur l'encadrement des acquisitions conjointes de films d'expression originale française (EOF) pour la télévision payante et la télévision gratuite, en particulier s'agissant du mode d'acquisition des œuvres cinématographiques concernées (achat et préachat), de la durée et du nombre de fenêtres de diffusion, et du nombre maximum de films pouvant faire l'objet d'une acquisition conjointe.

Le Conseil a notamment estimé que la fixation de plafonds relatifs au cumul des acquisitions de droits de diffusion en télévision gratuite et en télévision payante devrait permettre d'éviter les risques d'assèchement du marché. Il a estimé qu'une telle mesure de plafonnement devrait aboutir à ce que les acquisitions des films EOF par D8 et D17 se déroulent dans des conditions normales de marché en limitant la capacité du Groupe Canal Plus à utiliser sa position de quasi-monopsonie sur le marché de l'acquisition de droits de diffusion de films pour la télévision payante.

Le Conseil a également rappelé son attachement au fait que D8 et D17 ne concentrent pas l'intégralité de leurs investissements en préachats de films EOF sur des films avec des budgets élevés.

Par une décision du 2 avril 2014, l'Autorité de la concurrence a autorisé l'opération de rachat sous réserve des engagements souscrits devant elle.

AVIS N° 2014-10 DU 30 JUILLET 2014 À L'AUTORITÉ DE LA CONCURRENCE SUR L'ACQUISITION DE LA SOCIÉTÉ FRANÇAISE DU RADIOTÉLÉPHONE PAR LA SOCIÉTÉ NUMERICABLE GROUP

En juin 2014, la société Numericable Group, distributeur de services de communication audiovisuelle et opérateur de communications électroniques contrôlé par Altice, a notifié à l'Autorité de la concurrence l'opération d'acquisition de l'intégralité du capital de la société SFR, également distributeur et opérateur, filiale à 100 % de la société Vivendi à laquelle appartient également Groupe

²² Conseil d'État, Ass., 23 décembre 2013, Société Métropole Télévision (M6), n° 363702.

²³ Conseil d'État, Ass., 23 décembre 2013, Société Métropole Télévision (M6), n° 363978.

Canal Plus, éditeur et distributeur de services de communication audiovisuelle. Cette opération d'acquisition s'accompagne d'une prise de participation de Vivendi dans Numericable Group à hauteur de 20 %.

Dans son avis du 30 juillet 2014, le Conseil a formulé, d'une part, des observations sur la définition des marchés pertinents et, d'autre part, des observations sur les effets concurrentiels de cette opération.

Concernant la définition des marchés pertinents, le Conseil a estimé que, malgré la convergence croissante des communications électroniques et de l'audiovisuel, la distribution des services de télévision payante constituait toujours un marché pertinent distinct qu'il n'est pas nécessaire de segmenter par plateforme de diffusion (TNT, ADSL, satellite, câble et réseaux mobiles). Par ailleurs, le Conseil a estimé que les offres multiservices à très haut débit appartiennent aux mêmes marchés pertinents que les offres multiservices à haut débit.

S'agissant des effets concurrentiels, le Conseil a estimé que cette opération était susceptible de développer la concurrence mais qu'elle comportait toutefois plusieurs risques. La participation de Vivendi dans le capital de Numericable Group ne devrait ni entraîner de prise de contrôle conjoint de Vivendi et d'Altice sur Numericable Group ni favoriser la coordination des comportements de Groupe Canal Plus et de Numericable Group. Par ailleurs, l'engagement de la nouvelle entité à maintenir les contrats liant Bouygues Telecom à SFR ou Numericable Group sur le marché des offres de gros activées pourrait être justifié. Un troisième risque identifié par le Conseil concerne les conditions de rémunération des chaînes distribuées par le nouvel ensemble qui pourraient ne pas refléter sa position sur le marché et ses perspectives de développement alors que la migration des abonnés de SFR vers le réseau câblé de Numericable est l'une des synergies rendues possibles par l'opération.

Le 30 octobre 2014, l'Autorité de la concurrence a autorisé cette opération de concentration sous réserve d'engagements. Parmi ceux-ci figurent l'engagement de proposer, à tout opérateur de communications électroniques ne présentant aucun lien capitaliste avec Vivendi, une « offre de gros d'accès activé » à très haut débit au réseau câblé de Numericable Group, des engagements relatifs aux contrats avec Bouygues Telecom et plusieurs engagements relatifs aux relations entre Numericable Group et Vivendi. Ces derniers engagements portent notamment sur la non-communication d'informations stratégiques à Vivendi, l'absence de représentants de Vivendi dans les comités créés par Numericable Group, à l'exception du comité d'audit, et l'indépendance des dirigeants de Numericable Group autres que les administrateurs nommés par Vivendi et les représentants de Vivendi au comité d'audit.

AVIS N° 2014-8 DU 21 MAI 2014 SUR LA SAISINE DE LA SOCIÉTÉ BEIN SPORTS FRANCE RELATIVE À DES PRATIQUES MISES EN ŒUVRE PAR LE GROUPE CANAL PLUS ET LA LIGUE NATIONALE DE RUGBY

Le 11 mars 2014, la société beIN Sports France a saisi l'Autorité de la concurrence d'une plainte assortie d'une demande de mesures conservatoires sur des pratiques mises en œuvre par la société La Société d'édition de Canal+, la société Groupe Canal Plus et la Ligue nationale de rugby (LNR). Les faits à l'origine de la saisine portent sur l'attribution des droits de diffusion des rencontres du championnat de France de rugby du Top 14 au groupe Canal Plus en 2011 et en 2014.

Le Conseil supérieur de l'audiovisuel a transmis ses observations à l'Autorité de la concurrence le 23 mai 2014. Il a notamment considéré que la négociation de gré à gré entre la LNR et le groupe

Canal Plus avait permis à ce dernier, sans faire face de manière effective à la pression concurrentielle des chaînes beIN Sports, d'acquérir l'ensemble des droits de diffusion du Top 14.

L'Autorité de la concurrence a imposé à la LNR et au groupe Canal Plus de suspendre l'accord attribuant à ce dernier une exclusivité de diffusion des rencontres du championnat du Top 14 pour cinq saisons. Une nouvelle procédure de mise en concurrence a ultérieurement été lancée au début de l'année 2015.

**AVIS N° 2014-15 DU 5 NOVEMBRE 2014
PORTANT SUR LA SAISINE DE L'AUTORITÉ DE LA CONCURRENCE
PAR LA SOCIÉTÉ FPS TOWERS À L'ENCONTRE DE LA SOCIÉTÉ TDF**

En application de l'article R. 463-9 du code de commerce, l'Autorité de la concurrence a demandé au Conseil supérieur de l'audiovisuel, le 15 septembre 2014, de lui donner un avis sur la saisine de la société FPS Towers relative à des pratiques de la société TDF.

L'avis du Conseil porte sur la définition du marché pertinent pour apprécier la position des acteurs. Cette plainte était en cours d'instruction par l'Autorité de la concurrence à la date d'adoption du présent rapport.

**AVIS N° 2014-17 DU 3 DÉCEMBRE 2014
PORTANT SUR LA SAISINE DE L'AUTORITÉ
DE LA CONCURRENCE PAR LA SOCIÉTÉ ASTON FRANCE
À L'ENCONTRE DE LA SOCIÉTÉ GROUPE CANAL PLUS**

En application de l'article R. 463-9 du code de commerce, l'Autorité de la concurrence a demandé au Conseil supérieur de l'audiovisuel de lui rendre un avis sur la saisine de la société Aston France relative à des pratiques de la société Groupe Canal Plus relatives à la fabrication et à la commercialisation de décodeurs satellitaires sous le label Canal Ready.

Les observations du Conseil portent sur la délimitation du marché aval de la distribution de la télévision payante, ainsi que sur la position de Groupe Canal Plus sur ce marché et sur le marché des décodeurs. La société Aston France s'est désistée de sa demande de mesures conservatoires et a maintenu ses demandes au fond. Cette plainte était en cours d'instruction par l'Autorité de la concurrence à la date d'adoption du présent rapport.

RÈGLEMENT DE DIFFÉRENDS

En 2014, le CSA a été saisi de six demandes de règlement de différend sur le fondement de l'article 17-1 de la loi du 30 septembre 1986.

Trois de ces demandes, datées du 27 mai 2014, opposaient l'opérateur de multiplex de TNT Réseau Outre-Mer 1 (ROM 1) à un éditeur de service de télévision locale ultramarin (Kanal Martinique Télévision, KTV Guyane et Canal 10 Guadeloupe). Par décisions du 16 juillet 2014, ces demandes ont été déclarées manifestement irrecevables, car elles ne se rapportaient ni au caractère objectif, équitable et non discriminatoire des relations contractuelles entre un éditeur et un distributeur de services ni à aucun des autres cas prévus à l'article 17-1.

Les trois autres demandes portent sur le caractère objectif, équitable et non discriminatoire des conditions de la mise à disposition du public de l'offre de programmes et de services ou des relations contractuelles entre un éditeur et un distributeur de services. Ces demandes sont en cours d'instruction et seront examinées en 2015.

LE FINANCEMENT ET LA PROMOTION DE LA CRÉATION

LA DIFFUSION ET LA PRODUCTION D'ŒUVRES AUDIOVISUELLES ET CINÉMATOGRAPHIQUES

Depuis plus de vingt ans, le dispositif au cœur du système de soutien à la création repose sur le choix de cumuler obligations de diffusion et de production, les premières garantissant l'exposition des œuvres européennes ou d'expression originale française et valorisant le patrimoine audiovisuel et cinématographique, tandis que les secondes, assises sur le chiffre d'affaires, assurent le renouvellement de la création en proportionnant la contribution financière des éditeurs en faveur de la création européenne et française à leur poids économique.

Dans son rôle de soutien au développement de la création audiovisuelle et cinématographique, le Conseil rédige les stipulations conventionnelles concernant les obligations de diffusion des éditeurs et les modalités de leur contribution au développement de la production. Il veille annuellement à la bonne application des obligations réglementaires et de ces engagements conventionnels. En outre, il consulte régulièrement les organisations professionnelles représentatives de la création en procédant à des auditions sur tous sujets liés à leur domaine d'activité et exerce une veille active de l'évolution du secteur. Son expertise économique et sa mission de contrôle des obligations lui permettent ainsi de disposer d'une connaissance pointue des équilibres à préserver entre éditeurs de services et producteurs audiovisuels et cinématographiques. Le Conseil est également saisi pour avis des projets de décrets prévus aux articles 27 et 33 de la loi du 30 septembre 1986.

À la suite de la remise du rapport de M. Laurent Vallet à la ministre de la Culture et de la Communication, intitulé *Adapter les obligations de financement de la production audiovisuelle pour garantir leur avenir*, l'année 2014 a été marquée par une réflexion de l'ensemble des professionnels sur les relations entre éditeurs et producteurs audiovisuels, à laquelle le Conseil a naturellement pris part. Cette réflexion sur une meilleure adaptation des obligations de financement de la production audiovisuelle au contexte économique et culturel actuel a abouti en fin d'année à un projet de modification des décrets actuellement en vigueur (voir page 97).

LA DIFFUSION DES ŒUVRES AUDIOVISUELLES ET CINÉMATOGRAPHIQUES

CHAÎNES GRATUITES

En 2014, le Conseil a, dans les bilans qu'il a publiés, rendu compte du respect par les diffuseurs de leurs obligations de diffusion d'œuvres cinématographiques et audiovisuelles au titre de leur exercice 2013.

S'agissant des œuvres audiovisuelles, en 2013, seules trois chaînes nationales privées gratuites n'ont pas respecté leurs obligations de diffusion, dans des proportions très inégales. L'une présentait un déficit de 1,9 point pour les œuvres audiovisuelles européennes aux heures de grande écoute. Les deux autres n'ont respecté aucun des quotas (quota d'œuvres européennes et quota d'œuvres d'expression originale française), que ce soit sur l'ensemble de la diffusion ou aux heures de grande écoute : le Conseil leur a adressé, à l'une comme à l'autre, une mise en garde ferme.

De même, pour les œuvres cinématographiques, trois chaînes nationales privées gratuites n'ont pas respecté leurs obligations de diffusion, dans des proportions aussi très inégales. L'une n'a

pas respecté ses obligations de diffusion d'œuvres européennes et d'expression originale française sur l'ensemble de la diffusion. Une autre a manqué à ses obligations de diffusion d'œuvres cinématographiques d'expression originale française, tant sur l'ensemble de la diffusion qu'aux heures de grande écoute : le Conseil l'a fermement mise en garde contre le renouvellement de tels manquements. Une troisième, enfin, n'a respecté aucun des quatre quotas de diffusion d'œuvres cinématographiques (ensemble de la diffusion et heures de grande écoute) et a, de surcroît, enregistré d'importants retards par rapport aux seuils minimaux exigés, notamment en ce qui concerne les œuvres européennes : le Conseil l'a, elle aussi, fermement mise en garde.

Le respect de l'ensemble des obligations quantitatives et qualitatives des chaînes est détaillé dans les rapports qu'effectue chaque année le Conseil pour les chaînes hertziennes en clair et pour Canal+. Ces rapports sont rendus publics sur le site du Conseil.

CHAÎNES PAYANTES

En 2014, 124 chaînes payantes généralistes et thématiques conventionnées (hors chaînes locales) étaient dans l'obligation de fournir au Conseil le rapport d'exécution de leurs obligations au titre de l'exercice 2013.

Le Conseil a demandé aux sept chaînes qui ne l'avaient pas envoyé dans les délais impartis de communiquer leur rapport relatif à leurs obligations de diffusion. Après la réception de ces courriers ou mises en demeure, ces sept chaînes ont toutes envoyé le rapport demandé.

Parmi les chaînes qui ont diffusé des œuvres audiovisuelles, quatre n'ont pas totalement respecté leurs quotas de diffusion d'œuvres audiovisuelles sur l'ensemble de leur programmation, ce qui a donné lieu à l'envoi de courriers aux éditeurs concernés. En application de l'article 14 du décret n° 90-66 du 17 janvier 1990 modifié, parmi les chaînes payantes, seules les chaînes de la TNT payante étaient en 2013 soumises aux quotas de diffusion des œuvres audiovisuelles aux heures de grande écoute. Elles les ont toutes respectés.

Au sein des chaînes qui ont diffusé des œuvres cinématographiques en 2013, deux chaînes n'ont pas respecté la totalité de leurs obligations de diffusion des œuvres cinématographiques, ce qui a donné lieu à l'envoi d'un courrier aux éditeurs concernés.

LA CONTRIBUTION AU FINANCEMENT DE LA PRODUCTION AUDIOVISUELLE ET CINÉMATOGRAPHIQUE

En 2014, le Conseil a établi le bilan des investissements dans la production d'œuvres audiovisuelles et cinématographiques réalisés en 2013 par les éditeurs de services diffusés par voie hertzienne analogique et numérique, ainsi que par les éditeurs de services distribués par câble ou diffusés par satellite. Ce bilan est réalisé sur la base des déclarations des éditeurs.

Sont assujettis à une obligation de contribution au développement de la production audiovisuelle les éditeurs de services hertziens dont le chiffre d'affaires est supérieur à 35 millions d'euros et les éditeurs qui consacrent annuellement plus de 20 % de leur temps de diffusion à des œuvres audiovisuelles.

Sont assujettis à une obligation de contribution au développement de la production cinématographique les services de télévision qui diffusent annuellement plus de 52 œuvres cinématographiques de longue durée (ou 104 diffusions d'œuvres cinématographiques).

Au titre de l'exercice 2013, le montant global des dépenses effectuées par l'ensemble des services au regard de leurs obligations relatives au secteur de la production audiovisuelle et cinématographique s'est élevé à 1 267 millions d'euros, dont 837,6 millions d'euros de dépenses répondant aux obligations de production audiovisuelle et 429,4 millions d'euros de dépenses répondant aux obligations de production cinématographique.

Les montants des dépenses déclarées au titre de l'obligation de contribution au développement de la production audiovisuelle, avec leur répartition par groupes audiovisuels, selon le genre des œuvres, leur mode de financement, etc., de même que les montants des dépenses déclarées au titre de l'obligation de contribution au développement de la production cinématographique sont disponibles dans les documents publiés par le Conseil sur son site internet : *Les Chiffres clés de la production audiovisuelle en 2013* et *Les Chiffres clés de la production cinématographique en 2013*²⁴.

Le Conseil a également examiné les déclarations relatives à la contribution au développement de la production d'œuvres audiovisuelles et cinématographiques des éditeurs de services de médias audiovisuels à la demande (SMAD) assujettis à ces obligations en 2012 et 2013. Sont assujettis à des obligations de contribution au développement de la production audiovisuelle et/ou cinématographique les éditeurs de SMAD déclarant, sur l'exercice précédent, un chiffre d'affaires annuel supérieur à dix millions d'euros et mettant à la disposition du public un nombre suffisant d'œuvres audiovisuelles et/ou cinématographiques.

LA PRODUCTION AUDIOVISUELLE

La réglementation ayant permis de mettre en commun la contribution à la production audiovisuelle de services édités par un même groupe, certains d'entre eux ont opté pour ce régime (TF1, Canal+, Lagardère, NRJ, Disney, AB). Par ailleurs, la contribution de France Télévisions, depuis la réorganisation par la loi du 5 mars 2009 en société unique, porte sur les services de télévision (France 2, France 3, France 4, France 5, France Ô et France 3 Via Stella) et les SMAD du groupe.

L'exercice 2014 était la première année d'application des obligations de contribution à la production audiovisuelle des nouveaux éditeurs de services hertziens en clair autorisés à la fin de l'année 2012.

Au total, 87 services nationaux étaient assujettis à une telle obligation, ce qui correspond en principe à l'établissement de 48 bilans de contributions à la production audiovisuelle :

- sept bilans de contributions mises en commun entre éditeurs de services appartenant au même groupe audiovisuel ;
- neuf bilans de contributions d'éditeurs de services hertziens hors contributions mises en commun, dont deux services payants ;
- 32 bilans de contributions d'éditeurs de services non hertziens hors contributions mises en commun, dont le groupement de services OCS.

Cependant, dix éditeurs de services non hertziens n'ont pas communiqué de déclaration de leurs investissements, dont trois pour des raisons d'assiette de contribution nulle ou de cessation de diffusion. Pour les autres, des courriers de relance ont été envoyés.

Le Conseil a relevé des manquements concernant trois services non hertziens: un service n'a respecté aucune des obligations ; un service n'est pas parvenu à atteindre le niveau de son obligation globale de contribution à la production audiovisuelle ; un service n'a pas respecté les obligations

²⁴ <http://www.csa.fr/Etudes-et-publications/Les-chiffres-clés>.

relatives au soutien à la production indépendante. Des courriers, dont une mise en garde, ont été adressés à ces éditeurs.

LA PRODUCTION CINÉMATOGRAPHIQUE

S'agissant des dépenses des éditeurs investies dans le développement de la production d'œuvres cinématographiques, les obligations sont réalisées chaîne par chaîne, la réglementation n'autorisant pas la mise en commun des obligations au niveau des groupes audiovisuels.

Ainsi, 23 services nationaux hertziens et non hertziens ont contribué au développement de la production d'œuvres cinématographiques (quatre services de cinéma et dix-neuf services non cinéma).

Il s'agit de la première année d'application des obligations de contribution à la production cinématographique de trois nouveaux services hertziens diffusés en clair en haute définition autorisés à la fin de l'année 2012.

L'ensemble de ces éditeurs ont respecté leurs obligations de dépenses dans le secteur de la production cinématographique.

LES DEMANDES DE QUALIFICATION

Le Conseil est saisi par certains producteurs, distributeurs ou ayants droit, sur la qualification d'expression originale française ou européenne d'œuvres cinématographiques ou audiovisuelles. Il peut également être saisi par des éditeurs de services de télévision.

Les décisions de qualification sont publiées sur le site internet du Conseil et sont susceptibles de recours gracieux ou contentieux.

LA QUALIFICATION DES ŒUVRES AUDIOVISUELLES

Le Conseil a été saisi par des producteurs de deux demandes de qualification européenne ou d'expression originale française préalablement à la diffusion des œuvres sur un service de télévision :

- une demande portait sur la qualification d'œuvre audiovisuelle européenne et d'expression originale française ;
- une demande sur la seule qualification d'œuvre audiovisuelle d'expression originale française.

Par ailleurs, le Conseil a également eu à se prononcer sur deux émissions de réalité scénarisée, qu'il a reconnues comme des fictions après un examen minutieux, tenant compte notamment du recours à la scénarisation, à la réalisation et à l'interprétation. Ainsi, il s'est assuré, pour chacune des émissions, de la présence de ces différents éléments : scénario écrit par un ou plusieurs auteurs, histoire interprétée par des comédiens - rémunérés comme tels et dans le respect des conventions collectives - et réalisée par des réalisateurs payés en tant qu'auteurs et techniciens, dans le respect également des conventions collectives. Pour ce faire, il a demandé aux diffuseurs copie des scénarii et des différents contrats utiles (contrat de commande, contrats d'auteur, de réalisateur, de comédiens, etc).

LA QUALIFICATION DES ŒUVRES CINÉMATOGRAPHIQUES

61 demandes de qualification européenne et/ou d'expression originale française de films de long métrage ont été examinées :

- 9 films avaient demandé conjointement la qualification européenne ;

- 21 demandes portaient sur la seule qualification d'œuvre d'expression originale française ;
- 31 demandes portaient sur la seule qualification d'œuvre cinématographique européenne.

Le Conseil a refusé la qualification d'œuvre cinématographique d'expression originale française à deux films (*Rebelle* et *National Gallery*) et la qualification d'œuvre cinématographique européenne à un film (*Brick Mansions*).

LA MISSION DE CONCILIATION ENTRE ÉDITEURS DE SERVICES ET PRODUCTEURS AUDIOVISUELS

L'article 5 de la loi du 15 novembre 2013 relative à l'indépendance de l'audiovisuel public a attribué, à l'article 3-1 de la loi du 30 septembre 1986, une nouvelle compétence au Conseil pour assurer « *en cas de litige [...] une mission de conciliation entre éditeurs de services et producteurs d'œuvres ou de programmes audiovisuels ou leurs mandataires, ou les organisations professionnelles qui les représentent* ».

Le Conseil peut exercer cette nouvelle mission, en cas de litige constitué sur une œuvre ou un programme audiovisuel, une stipulation contractuelle, un accord-cadre, un projet de collaboration, etc., que ce litige soit intervenu en amont de la production, dès la remise d'une convention d'écriture par exemple, ou en aval, lors de la diffusion ou la rediffusion de l'œuvre ou du programme.

Si le Conseil estime qu'il existe un litige susceptible d'être résolu, il recueille le point de vue de chacune des parties et propose à celles-ci un mode de résolution du litige. Sous réserve de tout complément d'information qu'il jugerait utile, il constate ensuite l'accord ou le désaccord des parties.

En 2014, le Conseil a été saisi de cinq demandes de conciliation :

- trois demandes provenaient de sociétés de production, faisant état de relations commerciales dégradées avec un éditeur de services ;
- deux demandes provenaient d'éditeurs de services, invoquant des difficultés d'approvisionnement sur le marché des droits de diffusion d'œuvres audiovisuelles.

LA CONTRIBUTION DU CONSEIL AU RAPPORT DE LA COUR DES COMPTES INTITULÉ « LES SOUTIENS À LA PRODUCTION CINÉMATOGRAPHIQUE ET AUDIOVISUELLE : DES CHANGEMENTS NÉCESSAIRES »

En avril 2014, le Conseil a adressé sa contribution au rapport de la Cour des comptes sur la politique française de soutien à la création cinématographique et audiovisuelle.

Dans son message à la Cour, le Conseil appelle de ses vœux une structuration du secteur de la production qui permette à la création audiovisuelle d'acquérir une visibilité internationale comparable à celle de la création cinématographique.

Le Conseil partage pleinement les objectifs de la Cour quant au nécessaire développement de l'exposition des œuvres produites sur l'ensemble des services de communication audiovisuelle, services de télévision et services en ligne. Il renouvelle son souci d'améliorer la disponibilité des œuvres sur les services de médias audiovisuels à la demande, à travers des propositions qu'il a déjà exposées dans plusieurs de ses rapports.

S'agissant du financement de la production audiovisuelle, le Conseil préconise de simplifier la réglementation, sans remettre en cause le principe d'un cadre réglementaire établi par type d'acteurs.

S'agissant du secteur de la création cinématographique, il paraît important au Conseil, pour maintenir l'investissement des éditeurs, de réviser les règles encadrant la diffusion des films à la télévision, notamment par l'assouplissement du régime des jours interdits.

L'AVIS DU CONSEIL SUR LE PROJET DE DÉCRET PORTANT MODIFICATION DU RÉGIME DE CONTRIBUTION À LA PRODUCTION D'ŒUVRES AUDIOVISUELLES DES SERVICES DE TÉLÉVISION

Le Conseil a adopté, lors de sa réunion plénière du 2 décembre 2014, l'avis n° 2014-18 portant sur le projet de décret modifiant le régime de contribution à la production audiovisuelle des éditeurs de services de télévision, après avoir été saisi par le Gouvernement, en application des articles 9, 27 et 33 de la loi du 30 septembre 1986.

Modifiant les décrets n° 2010-747 du 2 juillet 2010 et n° 2010-416 du 27 avril 2010, le projet adressé au Conseil avait pour objet principal de porter application de l'article 71-1 de la loi du 30 septembre 1986 dans sa rédaction issue de la loi n° 2013-1028 du 15 novembre 2013 relative à l'indépendance de l'audiovisuel public, qui a ouvert la possibilité de prendre en compte, au titre de la production indépendante, des dépenses des éditeurs « en parts de producteur ». Ce texte comportait une autre série de dispositions, prises sur le fondement des articles 27, 28, 33 et 33-1 de la loi du 30 septembre 1986 non modifiés par la loi de 2013 précitée. À propos de ces secondes dispositions, la ministre de la Culture et de la Communication posait, dans sa lettre de saisine, certaines questions au Conseil.

L'avis du Conseil examine, après quelques observations générales sur les principaux objectifs poursuivis par les politiques publiques de soutien à la production audiovisuelle et le cadre réglementaire des relations entre éditeurs de services et producteurs audiovisuels, les modalités d'application de l'article 71-1 de la loi du 15 novembre 2013, les questions posées par la ministre et les autres dispositions du projet de décret. Il formule ensuite quelques propositions complétant le projet de décret, ainsi que certaines précisions rédactionnelles.

LA DIFFUSION DE LA MUSIQUE À LA RADIO ET À LA TÉLÉVISION

En 2013, l'activité du groupe de travail « Musique » avait principalement été marquée, après deux concertations menées avec les télévisions et les radios, par la publication de deux études, la première concernant l'offre de musique à la télévision, la seconde s'intéressant à l'exposition musicale à la radio, qui a fait l'objet d'une communication en janvier 2014.

LES QUOTAS DE CHANSONS D'EXPRESSION FRANÇAISE

Le Conseil a vérifié, tout au long de l'année 2014, le respect des obligations des opérateurs radio-phoniques en matière de diffusion de chansons d'expression française. Le contrôle effectué sur les seize stations du « panel fixe » a été complété par celui d'un panel additionnel « tournant » de dix stations, locales ou régionales.

Les dispositions figurant dans la loi relatives à la diffusion de chansons francophones sur les antennes des stations de radio permettent aux opérateurs de choisir entre trois options :

- soit diffuser 40 % de chansons d'expression française, dont la moitié au moins provenant de nouveaux talents ou de nouvelles productions ;

- soit, pour les radios spécialisées dans la mise en valeur du patrimoine musical, diffuser 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, diffuser 35 % de titres francophones, dont 25 % au moins du total provenant de nouveaux talents.

En 2014, le Conseil a prononcé 19 mises en garde à l'encontre d'opérateurs en infraction dans ce domaine (contre 21 en 2013).

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 actualisée deux fois par an et la seconde une fois par mois.

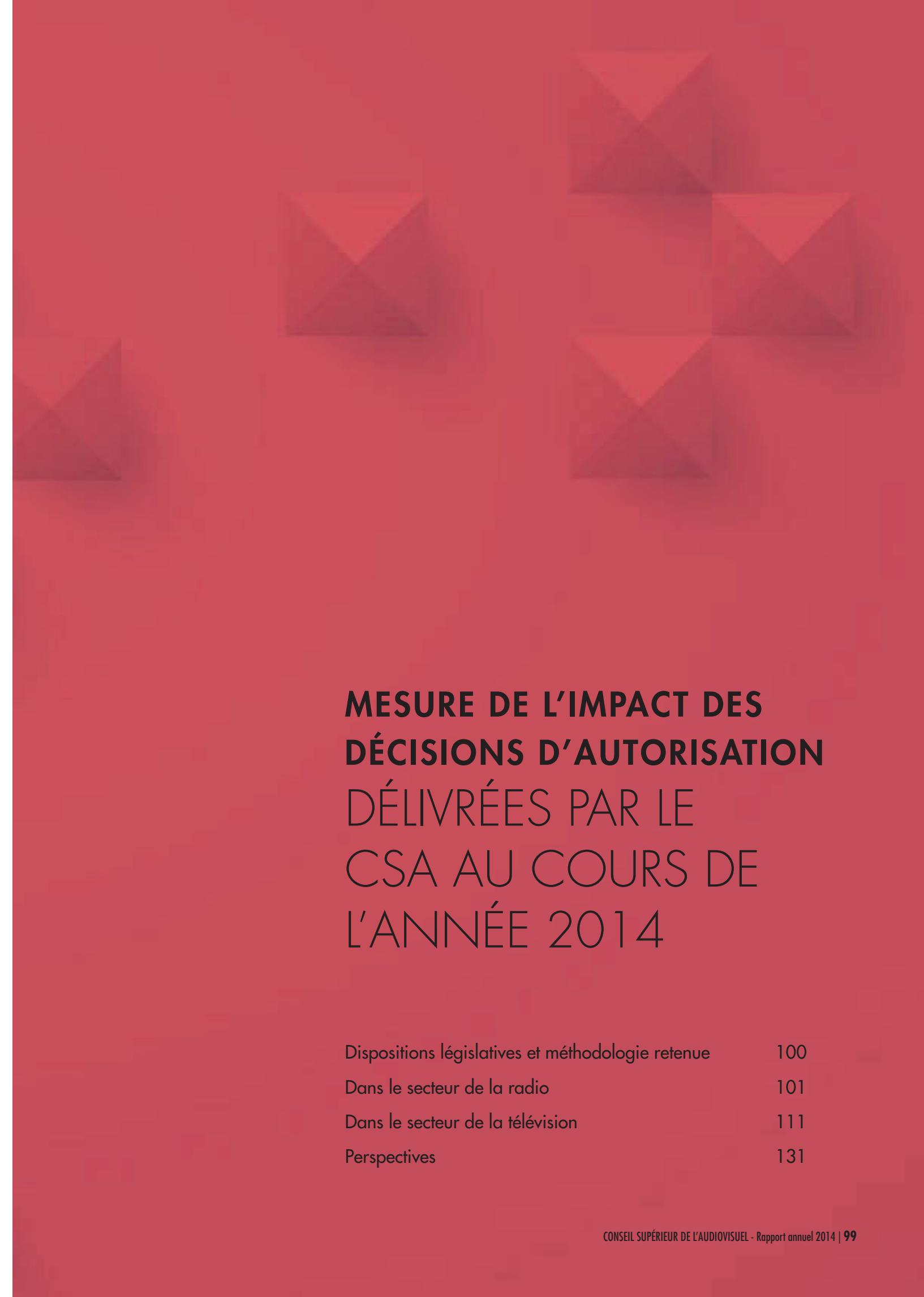
L'EXPOSITION DE LA MUSIQUE À LA TÉLÉVISION

Dans le cadre de l'examen des bilans des chaînes de télévision gratuites, le Conseil a une nouvelle fois regretté que la présence des programmes musicaux se cantonne le plus souvent à des heures de faible audience, notamment la nuit. *A contrario*, aux heures de forte audience, l'exposition de la musique est restée une nouvelle fois minime. Ce constat vaut tant pour les chaînes à dominante musicale, comme M6, W9 et D17, que pour les antennes de France Télévisions.

L'OBSERVATOIRE DE LA DIVERSITÉ MUSICALE À LA RADIO ET À LA TÉLÉVISION

Le Conseil a poursuivi sa participation au sein de l'Observatoire de la diversité musicale à la radio et à la télévision.

Cet observatoire a notamment pour objet de fournir aux partenaires de la filière musicale (auteurs, compositeurs, producteurs et services audiovisuels) des rapports traduisant les évolutions de la diversité musicale.



MESURE DE L'IMPACT DES DÉCISIONS D'AUTORISATION DÉLIVRÉES PAR LE CSA AU COURS DE L'ANNÉE 2014

Dispositions législatives et méthodologie retenue	100
Dans le secteur de la radio	101
Dans le secteur de la télévision	111
Perspectives	131

MESURE DE L'IMPACT DES DÉCISIONS D'AUTORISATION DÉLIVRÉES PAR LE CSA AU COURS DE L'ANNÉE 2014

La loi du 15 novembre 2013 relative à l'indépendance de l'audiovisuel public prévoit que le Conseil établit, chaque année, un rapport public qui rende compte de l'impact, notamment économique, de ses décisions d'autorisation de radio analogique et numérique, de télévision numérique, de service autre que de télévision et de radio ainsi que d'opérateur de réseau satellitaire.

L'analyse effectuée dans le cadre de ce rapport annuel 2014 fait apparaître des situations différentes selon les secteurs de la radio ou de la télévision. Les décisions adoptées en 2014 par le Conseil en matière de diffusion analogique de la radio n'ont eu aucun impact notable sur les équilibres globaux du secteur. En revanche, le secteur de la télévision, qui a vu ses équilibres modifiés par le lancement de six nouvelles chaînes haute définition, décidé en 2012, est aujourd'hui marqué par un contraste sensible entre la situation de la TNT payante et celle de la TNT gratuite.

DISPOSITIONS LÉGISLATIVES ET MÉTHODOLOGIE RETENUE

L'article 18 de la loi du 30 septembre 1986 modifiée par la loi du 15 novembre 2013 relative à l'indépendance de l'audiovisuel public prévoit que le Conseil établit « *chaque année un rapport public qui rend compte de (...) l'impact, notamment économique, de ses décisions d'autorisation d'usage de la ressource radioélectrique délivrées en application des articles 29, 29-1, 30-1, 30-5 et 30-6* ».

Les spécificités respectives des services, d'une part, de radio et, d'autre part, de télévision appellent deux approches distinctes dans la mise en œuvre des dispositions de cet article.

Les décisions prises en matière de radio s'inscrivant uniquement, en 2014, dans le cadre d'appels à candidatures partiels, le Conseil, après avoir décrit les dynamiques du secteur quant à l'audience et au marché publicitaire, entend analyser au niveau local les effets que ses décisions ont pu avoir cette même année ou qu'elles pourraient emporter s'agissant de la diffusion analogique. La radio numérique terrestre (RNT) et son lancement dans les villes de Paris, Marseille et Nice, font l'objet d'une analyse spécifique.

En matière de télévision, et compte tenu des obligations de couverture associées aux autorisations données dans ce secteur, l'analyse est de dimension nationale et porte, pour la TNT gratuite, sur le marché publicitaire, les audiences, le pluralisme des programmes, la diversité des opérateurs et la concentration du secteur. Cette étude se concentre principalement sur les effets des dernières décisions prises en 2012 portant sur l'autorisation de six nouvelles chaînes diffusées en haute définition.

DANS LE SECTEUR DE LA RADIO

LES DÉCISIONS D'AUTORISATION PRISES EN 2014 POUR LA DIFFUSION ANALOGIQUE

En 2014, le Conseil n'a procédé à aucun appel à candidatures général. En revanche, trois appels partiels ont abouti à la délivrance d'autorisations dans le ressort des comités territoriaux de l'audiovisuel (CTA) de Poitiers, Clermont-Ferrand et Bordeaux.

Ces appels, pour lesquels aucune fréquence n'a été restituée, ont concerné 79 fréquences dont 16 nouvelles (soit 20 % du total). Ces 16 nouvelles fréquences ont été affectées pour 3 d'entre elles (19 %) à des radios de catégorie A, 6 à des radios de catégorie B (37 %), 1 à des radios de catégorie C (6 %), 3 à des radios de catégorie D (19 %) et 3 à des radios de catégorie E (19 %). Enfin, aucune nouvelle radio n'a été lancée à l'occasion de ces appels.

5 171 fréquences étant exploitées par 851 opérateurs privés au 31 décembre 2014 dont 884 par 175 opérateurs de catégorie B et 570 par 69 opérateurs de catégorie C, c'est donc une évolution mineure qu'a connue le paysage radiophonique, en particulier local, en 2014 dans la mesure où le parc de fréquences de catégorie B a crû de 0,7 % et celui de catégorie C de 0,2 %.

Les effets des décisions d'autorisation prises par le Conseil en 2014 n'ont pu avoir d'effets sur les dynamiques des marchés publicitaires locaux comme le confirment les analyses spécifiques développées ci-dessous.

Le Conseil reproduira cet exercice de bilan au cours des prochaines années pour identifier et évaluer d'éventuelles modifications plus sensibles du secteur de la radio.

LA DIFFUSION NUMÉRIQUE

En 2013, le Conseil a mené à bien les dernières étapes préalables au démarrage de la radio numérique terrestre (RNT), en bande III dans les zones de Marseille, Nice et Paris, et en bande L.

Conformément à l'article 30-2 de la loi du 30 septembre 1986 modifiée, les éditeurs de services de radio autorisés en bande III le 15 janvier 2013 disposaient d'un délai de deux mois, à compter de cette délivrance, pour désigner conjointement une société « chargée de faire assurer les opérations

techniques nécessaires à la transmission et à la diffusion auprès du public de leurs programmes » (opérateur de multiplex). Les opérateurs de 14 multiplex ont ainsi été désignés par les éditeurs afin que le Conseil leur assigne les ressources nécessaires à la diffusion des services.

Le 20 novembre 2013, le Conseil, conformément à l'article 6 des décisions d'autorisation des éditeurs, a fixé la date de démarrage des émissions au vendredi 20 juin 2014. Le délai ainsi laissé devait permettre aux éditeurs et aux opérateurs de multiplex de mener l'ensemble des opérations techniques et commerciales jusqu'au lancement des services, y compris les évolutions éventuelles de norme.

Le Conseil a informé les éditeurs concernés ainsi que les opérateurs de multiplex de la possibilité offerte aux éditeurs qui en feraient la demande de bénéficier de la norme DAB+ en remplacement de la norme T-DMB.

Au premier semestre 2014, le Conseil a procédé à l'agrément des sites de diffusion, ainsi qu'à la modification des autorisations des éditeurs souhaitant diffuser leurs programmes en DAB+.

À l'issue d'un démarrage progressif des multiplex autorisés sur les trois zones de Marseille, Nice et Paris, le Conseil a constaté, mi-octobre 2014, que 13 multiplex (sur 14) étaient diffusés ; certains multiplex ont été mis en service dès le 20 juin dans les deux zones de Paris et Marseille. Mi-octobre 2014, 99 programmes, pour certains également disponibles en FM, étaient diffusés sur les trois zones concernées :

- 37 services en catégorie A ;
- 20 services en catégorie B ;
- 40 services en catégorie D ;
- 2 services en catégorie E.

S'agissant de l'autorisation délivrée en bande I, un émetteur de la société Onde Numérique a été mis en service en octobre 2014.

Le 21 janvier 2015, le Conseil a adopté un rapport sur la place de la radio numérique terrestre dans l'évolution actuelle de ce média, transmis au Parlement et au Gouvernement et rendu public sur son site internet. Ce rapport fait notamment suite à une consultation ouverte le 11 décembre 2014 (voir page 82).

Il en ressort que le Conseil souhaite continuer à lancer des appels à candidatures locaux destinés aux éditeurs, à une échéance telle qu'ils induisent une dynamique tout en préservant la capacité d'investissement des éditeurs, sans exclure d'autres modalités de déploiement (par des distributeurs, par exemple).

C'est donc sur le court et le moyen terme, et non sur la seule année 2014, que l'impact des récentes décisions du Conseil en matière de diffusion numérique de la radio, mais également de celles qu'il sera amené à prendre, doit être étudié. Cet exercice pluriannuel permettra au Conseil de dégager les lignes de forces et les éventuelles limites du développement de la RNT et de ses décisions, au-delà de la période particulière de démarrage des services.

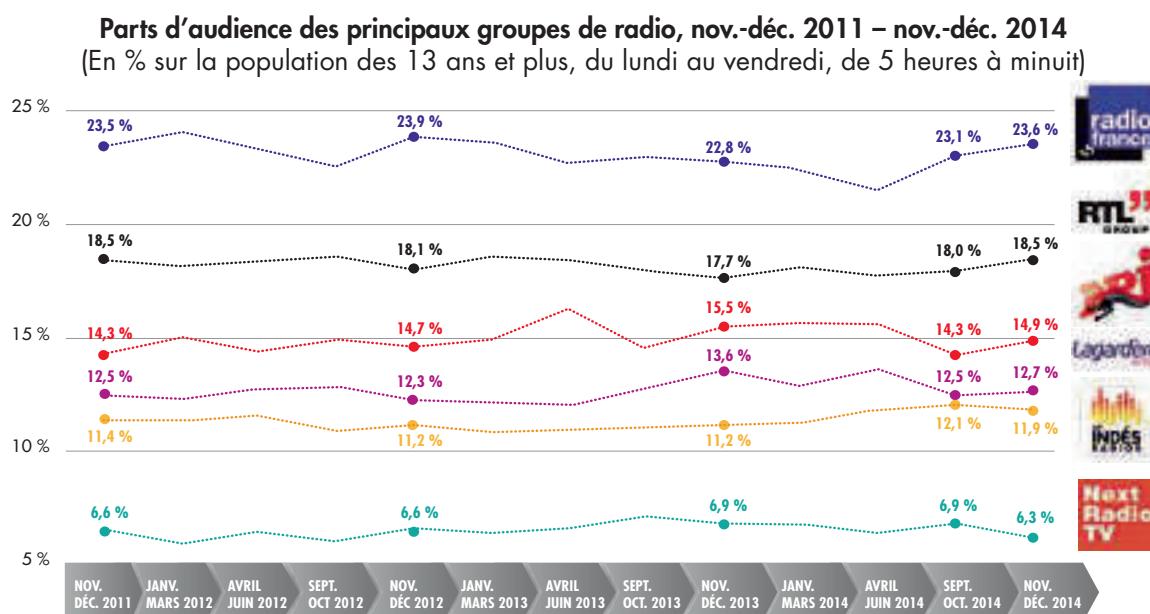
LES AUDIENCES

AU NIVEAU NATIONAL

En 2014, l'écoute de la radio a été légèrement en retrait par rapport à 2013, avec un recul de la

durée d'écoute par auditeur dans trois vagues de mesure d'audience sur quatre et une baisse de l'audience cumulée constatée sur deux vagues. Dans ce contexte qui a parfois touché significativement certaines radios, les principaux équilibres n'ont cependant pas été bouleversés. NRJ demeure en première position sur l'indicateur de l'audience cumulée (12,5 % en novembre-décembre 2014), devançant RTL (12,2 %), France Inter (10,5 %) et Europe 1 (8,7 %).

En ce qui concerne les parts d'audience, Radio France demeure premier groupe et se redresse de manière nette en fin d'année (23,6 % en novembre-décembre) grâce au retour à la hausse de France Inter et de France Info, après une longue séquence de recul. Le groupe RTL, à la deuxième place, connaît une tendance similaire en raison du progrès de sa station principale au second semestre. Le groupe NRJ, à la troisième place, connaît une dynamique inverse, avec un premier semestre à haut niveau et un second plus bas, tout comme Lagardère, à la quatrième place, dont la station Europe 1 est en baisse. Le GIE des Indés Radio confirme un niveau élevé d'audience et le groupe NextRadioTV baisse légèrement en fin d'année après plusieurs années de hausse continue.



Source : Médiamétrie

Les mesures d'audience ne distinguant pas le mode de réception, analogique ou numérique, des radios écoutées, l'impact du lancement de la RNT n'est pas encore mesurable. De plus, compte tenu du caractère récent et géographiquement circonscrit du lancement de la RNT et du taux d'équipement encore faible en postes compatibles, il est encore trop tôt pour analyser l'évolution de l'audience des radios diffusant localement sur cette plateforme et d'en tirer des conclusions sur l'audience de l'ensemble du média.

AU NIVEAU LOCAL

Les décisions d'autorisation n'ont que peu d'effets sur les audiences lors de la première année de diffusion d'une radio (qu'elle soit nouvelle ou non) comme l'illustre l'étude de l'impact de certaines autorisations délivrées en 2014.

Les appels à candidatures partiels lancés par le Conseil en 2014 ont conduit à la délivrance d'autorisations dans le ressort des CTA de Poitiers, Clermont-Ferrand et Bordeaux pour l'exploitation de 79 fréquences dont 16 nouvelles ; toutes ont été attribuées à des radios déjà existantes, avec

des effets limités sur les audiences. À titre d'exemple, l'autorisation de Radio Numéro 1 (périmètre du CTA de Poitiers) en janvier 2014 à Aubigny-sur-Nère (Cher) s'est accompagnée d'un passage de 0,4 % à 0,7 % d'audience cumulée en région Centre.

Par ailleurs, et plus généralement, il convient de rester prudent sur le lien qui pourrait être tissé entre autorisation et audience : de nombreuses stations sont sujettes à des variations d'audience sans voir leur périmètre de diffusion évoluer.

LE MARCHÉ PUBLICITAIRE

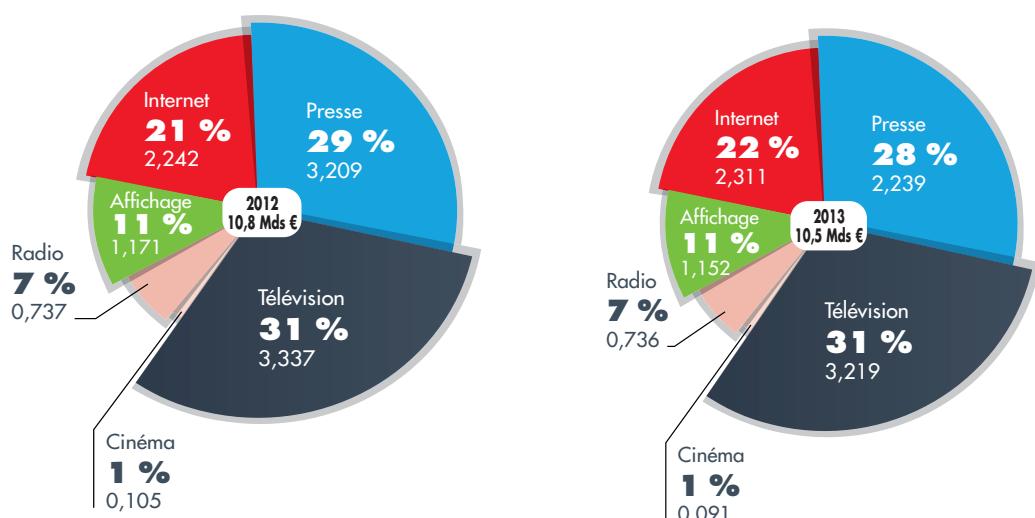
LA RADIO AU SEIN DES RECETTES PUBLICITAIRES DES GRANDS MÉDIAS

Les recettes publicitaires nettes des grands médias, d'un montant de 10,5 milliards d'euros en 2013, ont baissé de 3,1 % par rapport à 2012, poursuivant la baisse de 3,2 % constatée entre 2011 et 2012.

L'année 2014, pour laquelle les données ne sont pas encore disponibles, devrait connaître une nouvelle diminution, estimée le 10 septembre à -0,9 % par l'agence Carat et -2,4 % par OmnicomMediaGroup.

Recettes publicitaires nettes en 2012 et 2013¹

(En milliards d'euros)



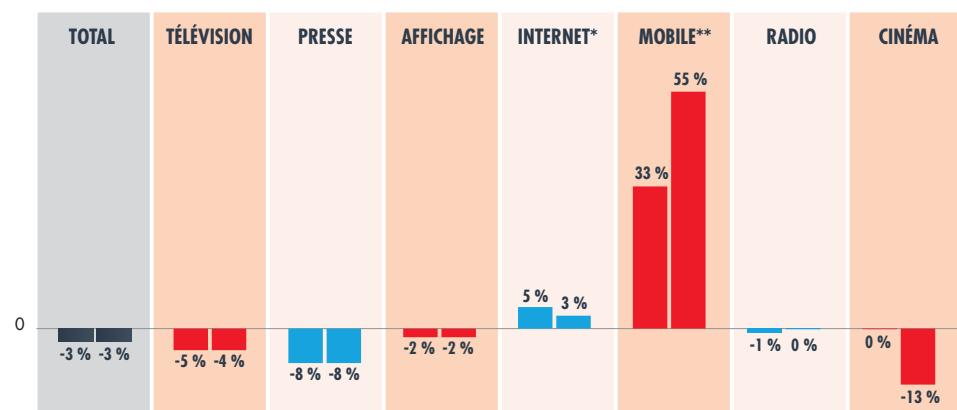
Source : IREP

Au sein des médias « historiques », la télévision, la presse, l'affichage et le cinéma sont en recul. Seule la radio reste stable à 7 %. Internet enregistre une légère croissance (+3,1 %) et la publicité sur mobile, en pleine émergence, progresse de 55 % par rapport à 2012.

¹ Remarque : Internet comprend l'activité classique (bannières et vidéos) et le référencement payant y compris sur le mobile.

Variation des recettes publicitaires nettes des médias, 2011-2012 et 2012-2013

(En milliards d'euros)



*Activité « classique » (bannières, vidéos) + référencement

** Activité « classique » uniquement

Source : IREP

LE MARCHÉ PUBLICITAIRE DE LA RADIO

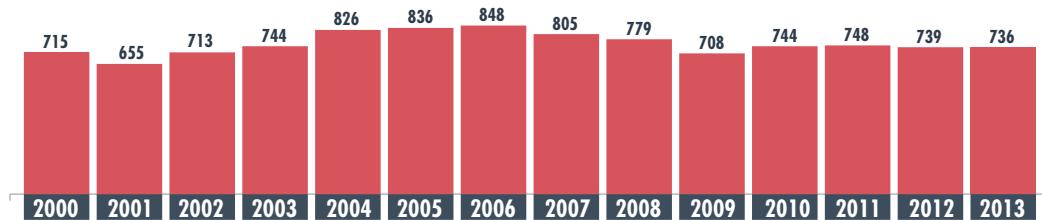
Les recettes publicitaires de la radio sont sensiblement inférieures aux plus hauts niveaux enregistrés entre 2004 (826 millions d'euros) et 2007 (805 millions d'euros) et se retrouvent, en 2013, en-dessous du montant atteint en 2003 (744 millions d'euros).

Pour l'année 2013, le total des recettes publicitaires nettes de la radio s'est établi à 736 millions d'euros, en quasi-maintien par rapport à 2012 (0,4 %), après une faible baisse entre 2011 et 2012 (-1,3 %). Ces résultats témoignent d'une bonne résistance de la radio dans un contexte de contraction des dépenses publicitaires plurimédias des annonceurs, notamment grâce aux qualités propres à ce média : rapidité de mise en place de campagnes publicitaires, coûts de production des messages et d'achat des espaces publicitaires peu élevés, génération de trafic sur les points de vente, etc.

La tendance est de nouveau orientée à la baisse en 2014, avec un recul des recettes publicitaires des radios nationales de 3,7 % sur les neuf premiers mois de l'année par rapport à la même période en 2013. Les dernières prévisions pour l'année entière s'établissent entre -1,5 % (groupM le 8 décembre) et -2,2 % (ZenithOptimedia le 8 décembre).

Recettes publicitaires nettes de la radio

(En millions d'euros)

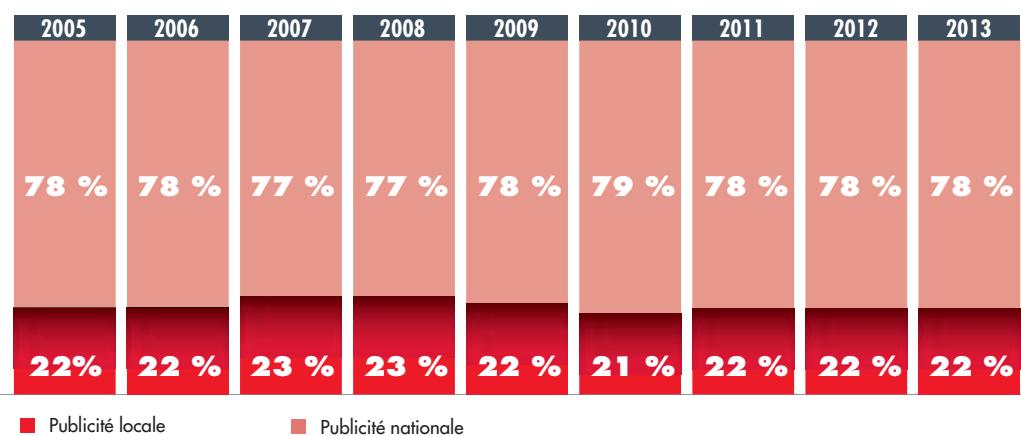


Source : IREP

Le marché publicitaire radio se compose, pour la plus grande partie, de campagnes publicitaires nationales (78 % des recettes publicitaires du média en 2013) et minoritairement de campagnes locales (22 % des recettes publicitaires). Cet équilibre demeure également stable sur une longue période.

Répartition des recettes publicitaires nationales et locales nettes à la radio

(En %)



Source : IREP

D'un point de vue macro-économique, les décisions prises en 2014 et le lancement de la RNT n'ont donc pas eu d'impact net sur l'équilibre général et la structuration du marché publicitaire et les recettes qu'ont pu en tirer les opérateurs, que ce soit au niveau national ou local.

D'un point de vue micro-économique, rien n'indique que la structure de la demande, c'est-à-dire des annonceurs, diffère nettement au niveau local de ce qui peut être constaté au niveau national. Les différences qui pourraient exister et qui caractériseraient tel ou tel marché local, sur lequel une modification du paysage radiophonique aurait pu intervenir (que ce soit en matière de diffusion analogique ou numérique), sont *a priori* particulièrement limitées. La portée de telles incidences observées sur une année, en l'occurrence 2014, ne peut en outre qu'être faible, compte tenu du temps accordé réglementairement à la publicité locale dans la programmation des radios².

LES POSITIONS DES ACTEURS SUR LES MARCHÉS PUBLICITAIRES³

La moitié des recettes publicitaires des radios nationales est assurée par les groupes NRJ (24 % de part de marché [PDM] brute en 2014) et RTL (23 % de PDM brute en 2014). Les deux groupes sont suivis par Lagardère Active (18 % de PDM brute en 2014), Nextradio TV (15 % de PDM brute en 2014) et le groupement Les Indés Radios (13 % de PDM brute en 2014).

Depuis 2007, le premier élément marquant est la très forte progression des recettes publicitaires du GIE Les Indés Radios, notamment depuis que la régie TF1 Publicité assure la commercialisation de

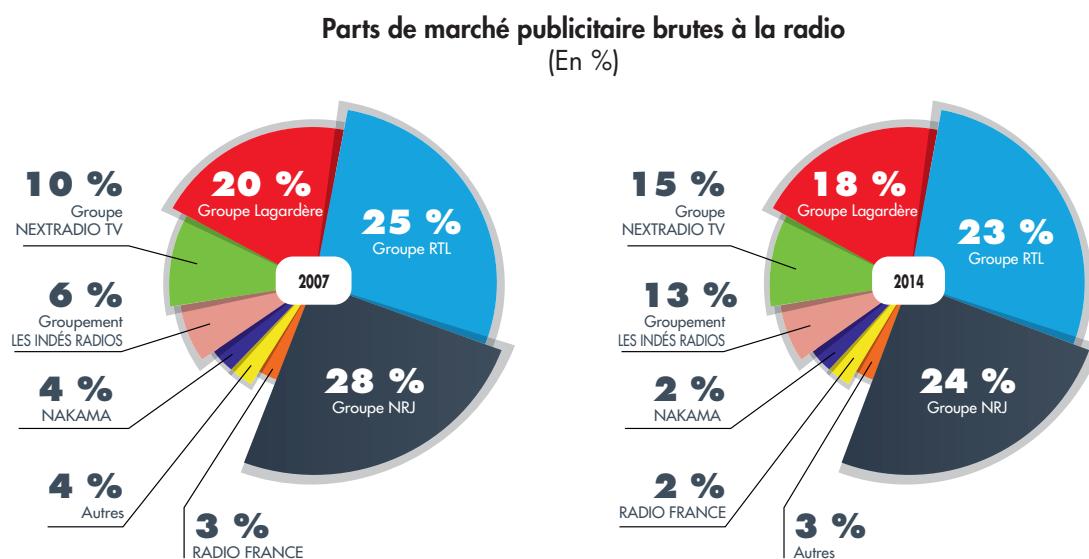
² La durée maximale de diffusion des messages de publicité locale est limitée à 25 % de la durée de diffusion du programme d'intérêt local, hors publicité, par période de 24 heures. Le temps consacré à la publicité locale varie donc en fonction de la durée du décrochage local.

³ Périmètre : radios nationales - les investissements publicitaires bruts sur les radios locales ne sont mesurés par Kantar Médias que pour l'Île-de-France.

ses espaces publicitaires (2009). En 6 ans, leur PDM brute a plus que doublé, passant de 6 % en 2007 à 13 % en 2014.

De même, le groupe Nextradio TV a significativement progressé, passant d'une PDM brute de 10 % en 2007 à 15 % en 2014.

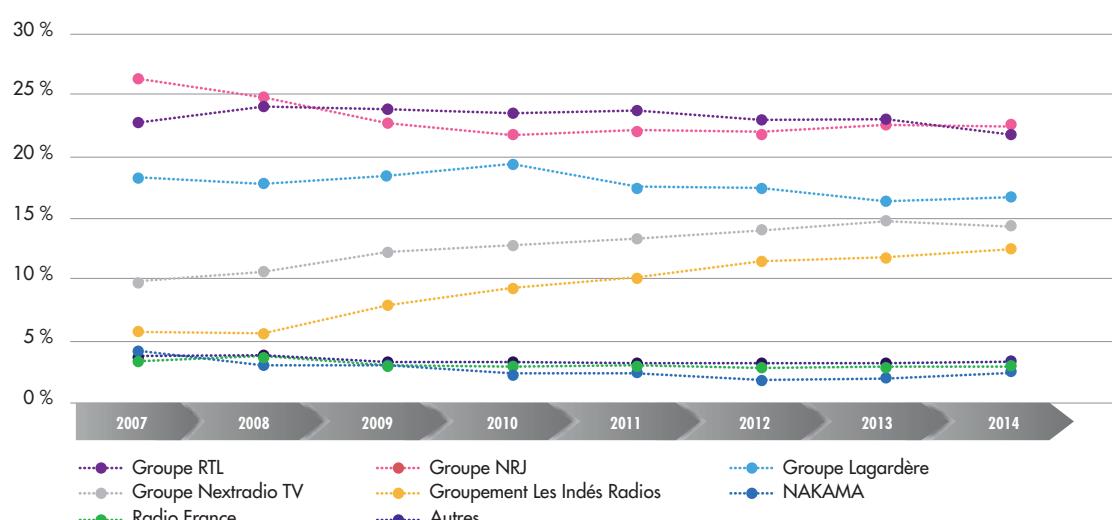
A contrario, on assiste à une diminution pour les trois premiers groupes radio (-2 points pour RTL, -2 points pour Lagardère et -4 points pour NRJ).



Source : Kantar Média (national).

Là encore, au final, la composition du marché publicitaire radiophonique laisse apparaître un certain équilibre entre les opérateurs. Cet équilibre tend à se stabiliser ces dernières années ; les décisions qu'a prises le Conseil en 2014 n'ont pas remis en question cette tendance à la stabilité, que ce soit en matière de diffusion FM ou numérique.

Évolution des parts de marché publicitaire brutes à la radio
(En %)

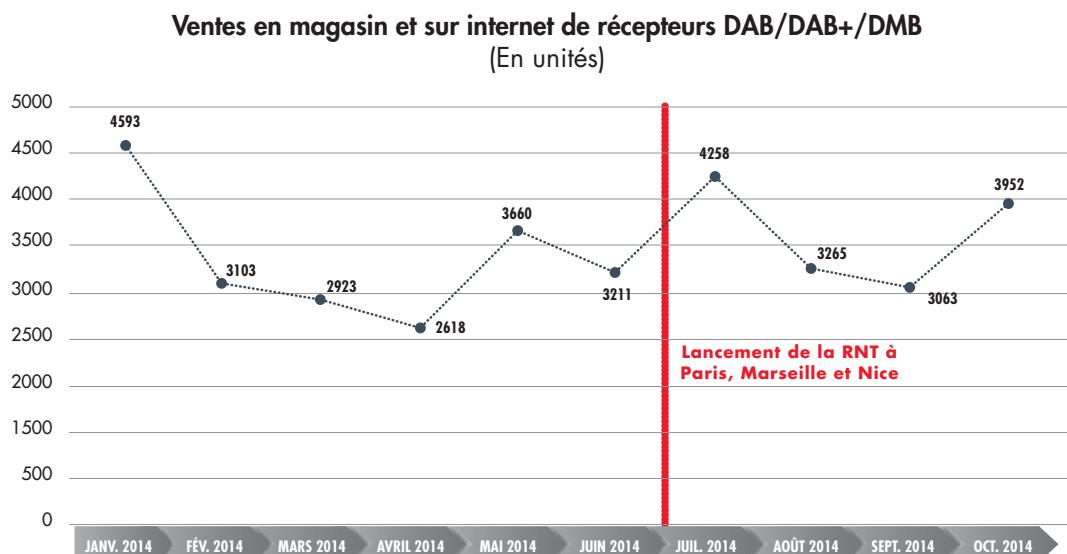


Source : Kantar Média (national).

LE MARCHÉ DES RÉCEPTEURS COMPATIBLES RNT

Sur les dix premiers mois de l'année 2014, 34 646 récepteurs compatibles RNT ont été vendus sur le territoire métropolitain⁴.

Le lancement de la RNT à Paris, Marseille et Nice en juin 2014 n'a pas eu d'effet significatif sur les ventes de récepteurs RNT. En effet, si les ventes du mois de juillet 2014 ont été supérieures à celles des cinq mois précédents, elles sont demeurées inférieures à celles de janvier 2014 et sont retombées dès le mois suivant.



Source : Gfk - France métropolitaine.

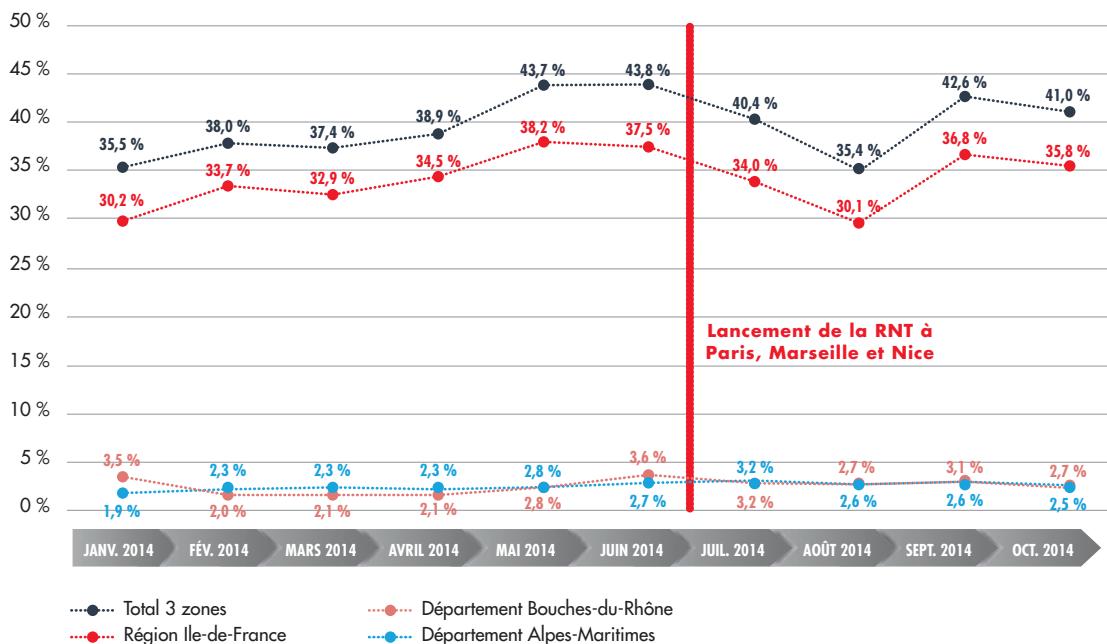
Les chiffres trimestriels confirment également l'absence d'effet sur les ventes de récepteurs :

- T1 : 10 619 récepteurs.
- T2 : 9 489 récepteurs.
- T3 (post lancement RNT) : 10 586 récepteurs.

Les ventes de récepteurs RNT sont d'ailleurs toujours plus faibles dans les trois zones de lancement (Île-de-France, Bouches-du-Rhône, Alpes-Maritimes) que dans le reste du territoire métropolitain. L'achat de récepteurs compatibles RNT semble ainsi encore peu motivé par la diffusion effective de programmes sur cette plateforme, mais devra être suivi avec attention, notamment dans l'hypothèse d'un effet retard qui peut s'observer à l'occasion du lancement de nouveaux services.

⁴ Source : GfK.

Répartition par zone géographique des ventes de récepteurs RNT en magasin (En %)



Source : GfK – France métropolitaine

SURVEILLANCE DE LA CONCENTRATION

MESURES VISANT À LIMITER LA CONCENTRATION

Le Conseil doit évaluer la somme des populations recensées dans les zones desservies par des réseaux autorisés en FM pour vérifier le respect par les éditeurs des dispositions de l'article 41 de la loi relative à la liberté de communication.

Il n'existe pas de méthode unique d'évaluation de la zone géographique couverte par un réseau hertzien, mais l'Union internationale des télécommunications⁵ élabore des recommandations en vue d'harmoniser les règles de calcul au niveau international. Le Conseil s'appuie sur ces recommandations pour estimer, à l'aide de simulations informatiques, les zones géographiques couvertes par les réseaux. L'objectif est de produire l'évaluation la plus précise possible de la zone de couverture. Les règles actuellement en vigueur ont été détaillées dans la délibération du Conseil du 11 décembre 2013. Afin de s'assurer que tous les acteurs qui le souhaitent puissent reproduire les calculs, le Conseil a organisé, en 2014, plusieurs réunions avec les acteurs pour expliquer les outils employés. Ces travaux se poursuivront en 2015.

⁵ L'Union internationale des télécommunications ou UIT, fondée en 1867, est devenue en 1947 une institution de l'ONU spécialisée dans le domaine des nouvelles technologies.

Au 1^{er} octobre 2014, les couvertures calculées par le Conseil étaient les suivantes :

Groupe	Radio	Population couverte en FM complétée par l'AM (en millions d'habitants)	Population couverte par le groupe (en millions d'habitants)
NRJ Group	NRJ	36	117,5
	Chérie FM	28	
	Nostalgie	31	
	Rire et Chansons	22,5	
RTL Group	Fun Radio	31	110,5
	RTL2	28	
	RTL	51,5	
Nextradio TV	BFM Business	17,5	55,5
	RMC	38	
Lagardère	Virgin Radio	32,5	114
	Europe 1	51,5	
	RFM	30	
Nakama	Skyrock	30	30

LE RAPPORT SUR LA CONCENTRATION DE LA RADIO

Le 15 mai 2014, le Conseil a publié un rapport sur la concentration du média radiophonique dont l'objet visait, d'une part, à évaluer l'efficacité du dispositif actuel de régulation de la concentration de la radio, d'autre part, à envisager les pistes d'évolution possibles et, enfin, à présenter les avantages et les inconvénients des différentes voies d'évolution. Il avait fait auparavant l'objet d'une concertation avec les acteurs du secteur de la radio.

La régulation de la concentration est une mission centrale et délicate. Elle doit préserver le pluralisme des services de radio auxquels ont accès les citoyens sans pour autant compromettre le dynamisme économique du secteur, qui est la condition effective de l'existence d'une pluralité d'opérateurs.

Le dispositif actuel de régulation de la concentration repose sur trois volets. Le premier est le plafond de concentration, qui interdit à une même personne de disposer de réseaux dont la couverture cumulée dépasserait 150 millions d'habitants sur le réseau hertzien analogique, ou 20 % des audiences potentielles cumulées de l'ensemble des services de radio, publics ou privés, sur tous les réseaux hertziens, analogiques et numériques. Le second volet du dispositif intervient lors de l'attribution des ressources hertziennes. Enfin, le troisième volet procède de l'agrément par le Conseil des modifications dans le contrôle des sociétés titulaires d'autorisations. Ce dispositif présente plusieurs limites.

Tout d'abord, le plafond de concentration des 150 millions d'habitants est issu d'une réflexion basée sur des hypothèses technologiques, démographiques et techniques datant du début des années 1990, alors que la population française et le parc de fréquences disponibles ont augmenté. Quant à la méthode de calcul de l'indicateur de couverture de population, elle a dû progresser avec l'évolution des recommandations méthodologiques internationales et des outils de calcul, provoquant un manque de continuité dans les résultats. Par ailleurs, défini sur un périmètre national, le plafond n'intègre pas les enjeux locaux du pluralisme, pourtant essentiels. Enfin, le dispositif de régulation de la concentration dans son ensemble ne prend pas en considération les nouveaux modes de consommation de la radio, pourtant de plus en plus utilisés par les Français.

Le Conseil a ainsi proposé au Parlement un examen des différentes pistes qui permettraient son évolution. Sur le plafond de concentration lui-même, il existe plusieurs voies possibles. La première option est l'indexation du plafond sur l'évolution démographique. La deuxième option serait le changement de l'indicateur sur lequel il repose, bien que les hypothèses étudiées s'avèrent peu satisfaisantes. La troisième option correspond à la substitution de plafonds locaux au plafond national.

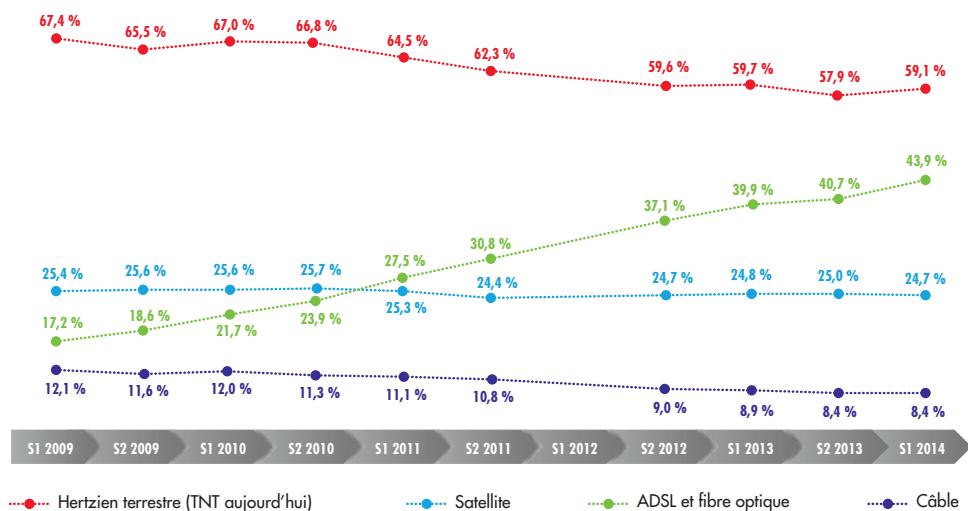
DANS LE SECTEUR DE LA TÉLÉVISION

LA RÉCEPTION DE LA TÉLÉVISION NUMÉRIQUE

Les décisions d'autorisation que le Conseil a été amené à prendre au cours des dernières années s'inscrivent dans un contexte d'évolution marquée des modes de réception de la télévision. Ces transformations s'expliquent en partie par les changements intervenus dans la consommation de ce média - en particulier chez les plus jeunes qui ont un recours plus important aux services non linéaires -, mais témoignent également de la concurrence accrue liée à l'activité des distributeurs opérant via ADSL, fibre optique ou câble. Pour autant, la plateforme TNT occupe toujours une place importante dans le paysage audiovisuel français.

Au premier semestre 2014, 96,7 % des foyers métropolitains étaient équipés d'au moins un téléviseur (appelés « foyers équipés TV ») et, parmi eux, 34,9 % disposaient de plusieurs modes de réception, tandis que la part des foyers ne recevant la télévision que par la TNT s'établissait à 29,3 %, contre 18,9 % pour ceux n'étant desservis que par l'ADSL.

Pénétration des modes de réception de la télévision en France
(En % des foyers métropolitains équipés d'au moins un téléviseur.)



Sources : *Observatoire de l'équipement des foyers pour la réception de la télévision numérique, 2nd semestre 2008 – 2nd semestre 2011* et *Observatoire de l'équipement audiovisuel des foyers, 2nd semestre 2012-1^{er} semestre 2014*, CSA⁶.

⁶ L'Observatoire de l'équipement des foyers pour la réception de la télévision numérique (2008-2011) était piloté par le CSA, la DGCIS, la DGMIC, la CSN et l'ANFR. L'Observatoire de l'équipement audiovisuel des foyers (depuis 2011) est conduit par le CSA, la DGE, la DGMIC et l'ANFR.

Si la TNT demeure encore le premier réseau de télévision en France, avec près de trois foyers équipés TV sur cinq au premier semestre 2014, son taux de pénétration a perdu plus de 8 points en cinq ans. Ce recul s'est effectué principalement au profit de l'ADSL, dont le taux de pénétration a progressé de 27 points sur la même période : près de 44 % des foyers équipés TV recevaient la télévision par ADSL ou par fibre optique au premier semestre 2014, contre 17 % cinq ans auparavant.

En revanche, la réception par câble ne concerne plus que 8,4 % des foyers équipés TV en France métropolitaine, contre 12,1 % au premier semestre 2009 (-3,7 points).

Environ un quart des foyers équipés TV disposent d'une réception par satellite, une proportion restée stable entre les premiers semestres 2009 et 2014 (-0,7 point).

ÉTUDE SUR LA TÉLÉVISION NUMÉRIQUE HERTZIENNE PAYANTE (TNT PAYANTE)

L'OFFRE DE CHAÎNES SUR LA TNT PAYANTE ET SA DISTRIBUTION

La voie hertzienne terrestre, qui fut historiquement le premier mode de distribution de chaînes payantes en France, n'est plus que l'une des plateformes, parmi d'autres, permettant d'accéder à la télévision payante. Elle se distingue des autres plateformes par le montant élevé des coûts de diffusion (supérieurs en moyenne à 4 millions d'euros par chaîne par an⁷), la rareté de la ressource radioélectrique et la procédure de composition de l'offre globale qui repose sur les appels à candidatures lancés par le CSA.

Principal distributeur de la TNT payante en France, Groupe Canal Plus (GCP) proposait au 31 décembre 2014 deux offres sur ce réseau :

- « Les chaînes Canal+ », offre composée du service *premium* Canal+ et de ses cinq déclinaisons (Canal+ Sport et Canal+ Cinéma sont diffusées sur la TNT tandis que Canal+ Séries, Canal+ Family et Canal+ Décalé sont accessibles sur internet) ;
- « Le Minipack », bouquet de chaînes payantes thématiques et qui comprenait, au 31 décembre 2014, LCI, Paris Première, Planète+ et Eurosport.

D'autres distributeurs commercialisent (groupe E. Leclerc) ou ont commercialisé (TV Numéric⁸, partenariat TF1-Boulanger...) tout ou partie des chaînes du « Minipack », mais leur nombre d'abonnés est toujours resté marginal par rapport à l'offre du même nom distribuée par GCP, et s'avère aujourd'hui quasi nul.

⁷ Il n'est pas exclu que les contrats de distribution en TNT puissent prévoir une « compensation » partielle par le distributeur des coûts de diffusion encourus par l'éditeur. Ces coûts correspondent aux frais nécessaires pour la diffusion depuis les 1 626 sites de radiodiffusion (des réseaux primaires et secondaires) permettant d'assurer une couverture nationale. À titre de comparaison, les coûts de diffusion satellitaire sont de l'ordre de 700 000 euros par chaîne par an.

⁸ En raison des difficultés économiques du marché de la TNT payante, TV Numéric a cessé ses activités fin 2012.

L'ÉVOLUTION DE LA TNT PAYANTE

Le nombre de chaînes sur la TNT payante a progressivement diminué avec le retrait ou l'abrogation des autorisations des chaînes AB1⁹ Canal J¹⁰, CFoot¹¹, TPS Star¹² et, très récemment, TF6¹³. L'abrogation de l'autorisation d'Eurosport en janvier 2015 a réduit à trois chaînes thématiques l'offre à péage désormais accessible sur la TNT¹⁴ (hors chaînes Canal+ premium).

Par ailleurs, lors du dernier appel à candidatures de 2012 pour l'édition de chaînes en haute définition, aucune candidature relative à un projet de chaîne à péage n'a été déposée auprès du CSA.

Enfin, le CSA a rejeté en juillet 2014 les demandes de passage en gratuit des chaînes LCI, Paris Première et Planète+ (voir page 66).

La TNT payante comptait approximativement 1,1 million d'abonnés à mi-2013, soit environ 6 % des abonnés à la télévision à péage selon les estimations du Conseil - dont environ les deux tiers aux chaînes Canal+ et un tiers au « Minipack ». La faible appétence des téléspectateurs pour ce bouquet s'explique notamment par l'insuffisance de l'offre au plan qualitatif et la faible communication commerciale dont il fait l'objet. Initialement, les chaînes du « Minipack » avaient été choisies par le Conseil pour leur attractivité parmi les chaînes thématiques non premium. Mais l'évolution de son offre a suivi une spirale négative : les restitutions de fréquences et les demandes de passage en gratuit sont en effet les conséquences de l'appauvrissement progressif du bouquet.

Répartition des abonnés à la télévision payante par réseau au 30 juin 2013

	En millions	En %
ADSL	11,0	65 %
Satellite	3,2	19 %
Câble	1,7	10 %
TNT	1,1	6 %
Total	17,0	100 %

Source : « Guide des chaînes numériques », 12^e édition, mars 2014

⁹ AB1 a restitué son autorisation d'émettre sur la TNT payante le 21 octobre 2008 mais, en pratique, cette chaîne n'a jamais émis.

¹⁰ Canal J a restitué son autorisation le 28 avril 2009.

¹¹ Autorisée le 18 janvier 2011, CFoot, chaîne de la TNT payante éditée par la Ligue de football professionnel (LFP), a restitué son autorisation le 31 mai 2012.

¹² L'autorisation de diffusion en TNT payante de TPS Star en date du 10 juin 2003 a été abrogée par le CSA le 12 avril 2012.

¹³ Effective au 1^{er} janvier 2015, l'abrogation de l'autorisation de TF6 a été décidée par le Conseil le 24 septembre 2014, sur demande de la société éditrice de cette chaîne.

¹⁴ Cette abrogation a été prononcée le 21 janvier 2015 à la demande du groupe TF1 dans le cadre de l'accord capitaliste établi entre les groupes TF1 et Discovery, conformément aux dispositions de l'article 40 de la loi du 30 septembre 1986 relatives à la composition du capital d'une société exploitant une ressource en fréquence radioélectrique.

Le segment de la TNT payante se structure donc autour d'un noyau *premium* fort, « Les chaînes Canal+ », et d'un volet thématique s'affaiblissant, « Le Minipack ».

Dans le contexte d'une concurrence accrue avec les offres de base disponibles sur les réseaux ADSL, fibre optique et câble, de fortes incertitudes pèsent aujourd'hui sur la pérennité du bouquet « Le Minipack ».

Comme toutes les chaînes à péage, les services de la TNT payante tirent aussi une part de leur chiffre d'affaires de la publicité. En 2012, les recettes publicitaires de l'ensemble des chaînes payantes (hors Canal+) se sont élevées à 144,1 millions d'euros, soit 13,2 % de leurs revenus totaux, sur un marché global de recettes publicitaires télévisuelles nettes de 3,16 milliards d'euros¹⁵.

LES OBLIGATIONS DE FINANCEMENT DE LA CRÉATION DE LA CHAÎNE CANAL+

Sur la TNT payante, Canal+ constitue le principal contributeur au financement de la création. En tant que service de cinéma diffusé sur le réseau hertzien terrestre, ses obligations en la matière sont fixées à la section 1 du chapitre II du titre II du décret n° 2010-747 du 3 juillet 2010.

Parmi ces engagements figure notamment celui de consacrer chaque année au moins 12,5 % et 9,5 % de ses ressources totales de l'exercice en cours¹⁶ à l'acquisition de droits de diffusion d'œuvres cinématographiques respectivement européennes et d'expression originale française (EOF).

Ainsi, en 2013, les investissements des chaînes Canal+ dans la production d'œuvres cinématographiques européennes et EOF se sont élevés à respectivement 221 et 168,6 millions d'euros, soit 76 % et 75 % des contributions annuelles de l'ensemble des services de cinéma hertziens et non hertziens (catégorie qui inclut aussi AB, Ciné+ et OCS) au financement du cinéma européen et EOF (respectivement 288,9 et 223,9 millions d'euros)¹⁷.

La chaîne cryptée a également des obligations en matière de production audiovisuelle : elle doit consacrer chaque année au moins 3,6 % de ses ressources totales nettes de l'exercice précédent à des dépenses contribuant au développement de la production d'œuvres audiovisuelles patrimoniales européennes ou EOF, ces dernières devant représenter au moins 85 % de cette contribution.

Depuis l'entrée en vigueur des décrets n° 2010-416 du 27 avril 2010 et n° 2010-747 du 2 juillet 2010, la répartition par type de services (éditeurs de services hertziens ou non, gratuits ou payants) est impossible à établir. Ces textes donnent en effet la possibilité aux groupes audiovisuels, lorsqu'ils ont signé des accords professionnels en ce sens, de mettre en commun leurs dépenses de production entre leurs services, quel que soit leur mode de diffusion, hertzien ou non hertzien, gratuit ou payant.

¹⁵ Source : *Bilan financier de l'année 2013 des chaînes payantes*, CSA, décembre 2014.

¹⁶ Lorsque, comme c'est le cas de Canal+, l'éditeur de services encaisse directement auprès de ses abonnés le produit des abonnements, les ressources totales de l'exercice correspondent au total, après déduction de la TVA, « du produit des abonnements résultant de l'exploitation en France du service sur tout réseau et par tout procédé de communications électroniques, des recettes publicitaires, de parrainage, de téléachat et de placement de produits ainsi que des recettes issues de l'exploitation des services de télévision de rattrapage [...] » (article 33 du décret n°2010-747 du 3 juillet 2010).

¹⁷ Source : *Les Chiffres clés de la production cinématographique 2013*, novembre 2014, CSA.

Les dépenses du groupe Canal Plus¹⁸ retenues au titre des obligations de production audiovisuelle de l'exercice 2013 se sont élevées à 85,8 millions d'euros, soit 10 % du total des dépenses annuelles des services hertziens ou non hertziens soumis à ces obligations (837,6 millions d'euros)¹⁹.

ÉTUDE SUR LA TÉLÉVISION NUMÉRIQUE HERTZIENNE GRATUITE (TNT GRATUITE)

L'OFFRE DE CHAÎNES SUR LA TNT GRATUITE

Le développement de l'offre gratuite sur la TNT s'est effectué en deux grandes vagues (voir tableau à l'annexe 7 p. 197, pour plus de détails) :

- mars 2005 - lancement de 12 nouvelles chaînes (9 privées et 3 publiques²⁰) portant de 6 à 18 services l'offre de télévision hertzienne terrestre gratuite ;
- décembre 2012 - avec l'arrivée de 6 chaînes privées en haute définition, la TNT gratuite compte désormais 25 chaînes, dont 8 publiques et 17 privées.

Entre ces deux phases, France Ô, diffusée sur la TNT francilienne depuis septembre 2007, a rejoint en juin 2010 l'offre de télévision gratuite nationale.

Avant l'entrée en vigueur de la loi du 15 novembre 2013 relative à l'indépendance de l'audiovisuel public, le CSA était dans l'obligation légale de procéder à des appels à candidatures pour lancer de nouvelles chaînes dès que la ressource radioélectrique disponible le permettait.

Aujourd'hui, l'article 31 de la loi de 1986, modifié par la loi précitée, donne au Conseil la possibilité de différer ce lancement pour une durée maximale de deux ans, renouvelable une fois, si la consultation publique ou l'étude d'impact notamment économique auxquelles il aura préalablement procédé, conformément à la loi, font apparaître que la situation économique du marché concerné (télévision gratuite ou payante) n'y est pas favorable.

Les chaînes choisies en 2012 par le Conseil l'ont été dans le contexte d'un marché de la publicité télévisuelle en baisse. Le CSA a opté pour des chaînes susceptibles de constituer une offre complémentaire pour les annonceurs.

Parallèlement à sa croissance, l'offre de TNT gratuite a connu un mouvement de concentration entre fin 2010 et fin 2012, avec plusieurs rachats de chaînes par les groupes TF1 et Canal Plus (voir page 125).

¹⁸ Outre les chaînes Canal+, les autres services du groupe Canal Plus soumis à des obligations de production sont les chaînes thématiques Comédie, Jimmy, Maison+, Planète, Planète+ Crime et Investigation (C&I), Planète+ Action et Émotion (A&E), Planète Thalassa, Seasons, Piwi et Teletoon, ainsi que les deux chaînes gratuites D8 et D17, dont les conventions prévoient que leurs contributions ne peuvent être mises en commun avec Canal+.

¹⁹ Source : *Les Chiffres clés de la production audiovisuelle 2013*, décembre 2014, CSA.

²⁰ Diffusées sur un même canal partagé (La Chaîne parlementaire), LCP-Assemblée nationale et Public Sénat comptent pour deux services distincts.

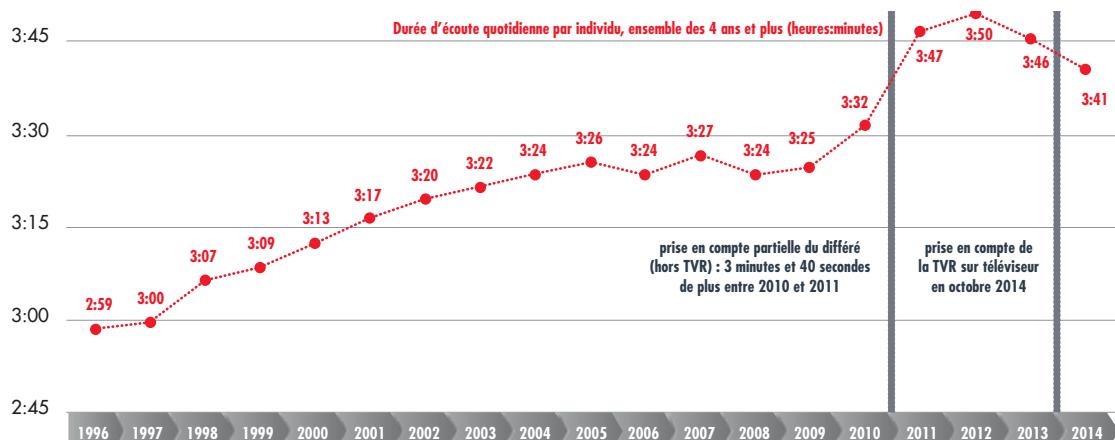
LES AUDIENCES

Les décisions d'autorisation prises par le Conseil pour des chaînes de télévision en 2012 sont venues enrichir un paysage audiovisuel déjà en transformation, par la création d'une offre payante dès les années 1980, puis par le développement de l'offre gratuite sur la TNT à partir de 2005, et ont contribué à l'évolution de l'audience de la télévision, notamment des chaînes historiques.

La durée d'écoute de la télévision des individus de 4 ans et plus équipés d'un téléviseur a augmenté durant quinze ans en gagnant 50 minutes entre 1997 et 2012²¹. Mais, avec une baisse de 4 minutes entre 2012 et 2013, et de 5 minutes entre 2013 et 2014, elle recule pour la deuxième année consécutive. Plusieurs raisons peuvent expliquer cette évolution : multiplication des écrans dans les foyers, concurrence de nombreuses offres de vidéo.

Durée d'écoute quotidienne de la télévision en moyenne annuelle, 1997-2014

(En heures et minutes - Cible : individus de 4 ans et plus équipés d'un téléviseur - France métropolitaine)



Source : Médiamétrie, Médiamat.

Par ailleurs, cette baisse est plus marquée chez les jeunes (- 11 minutes pour les 4-14 ans et les 15-34 ans).

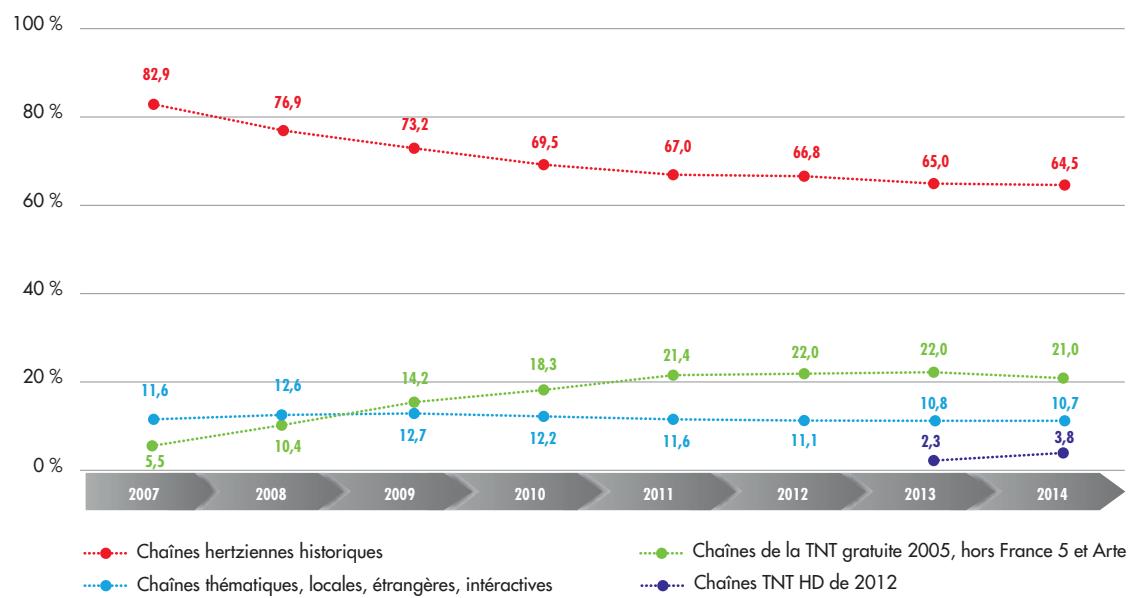
De 2007 à 2013, les trois chaînes enregistrant les meilleures part d'audience (PDA) ont connu des chutes de part d'audience significatives : -7,9 points pour TF1, -4,1 points pour France 2 et -4,6 points pour France 3, qui est passée derrière M6. Cette dernière, tout comme France 5 et Arte, n'a pas connu d'évolution majeure. Cette baisse d'audience des chaînes historiques a surtout profité aux chaînes gratuites de la TNT lancées en 2005, qui ont gagné 16,5 points de PDA sur la même période, notamment avec le succès de chaînes comme W9 et TMC.

L'année 2014 a été difficile pour les chaînes gratuites de la TNT de la première vague de 2005 avec, pour la première fois, un recul de la PDA de l'ensemble de 1 point ; dix ans après leur lancement, de nombreuses chaînes semblent avoir atteint un palier.

D'une part, elles souffrent de la plus forte résistance des chaînes historiques dans un contexte concurrentiel soutenu (-0,5 point en 2014, contre -0,8 point en 2013 et -2,5 points en 2011). TF1 a ainsi enrayé sa chute en 2013 et 2014 en gagnant 0,1 point en 2013 et en 2014, tout comme France 2 en 2014. France 3 a vu sa baisse ralentir.

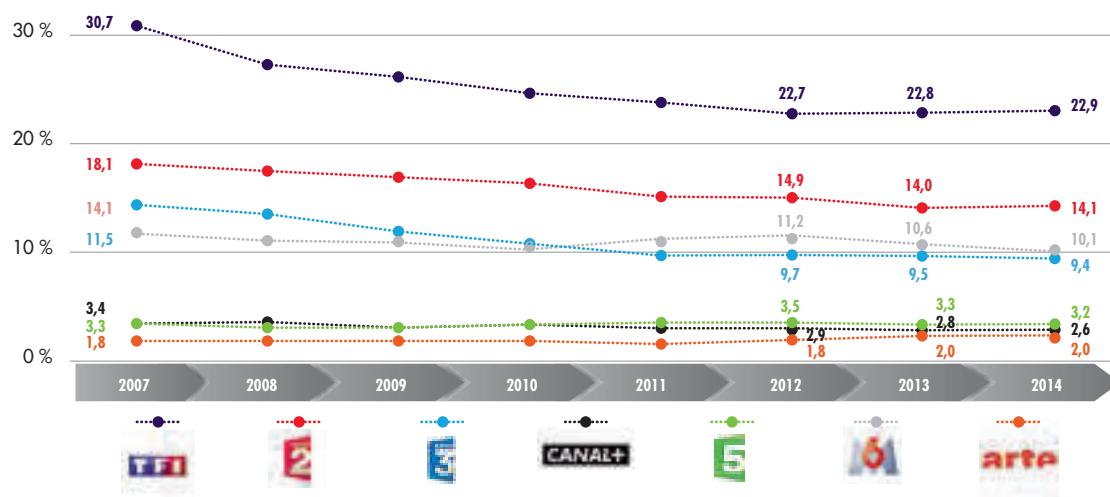
²¹ Dont 3 minutes 40 secondes du fait de la prise en compte partielle du différé en 2011.

Part d'audience de la télévision en moyenne annuelle, 2007-2014
 (En % des individus de 4 ans et plus équipés d'un téléviseur - France métropolitaine)



Source : Médiamétrie, Médiamat.

Part d'audience des chaînes historiques en moyenne annuelle, 2007-2014
 (En % des individus de 4 ans et plus équipés d'un téléviseur - France métropolitaine)



Source : Médiamétrie, Médiamat.

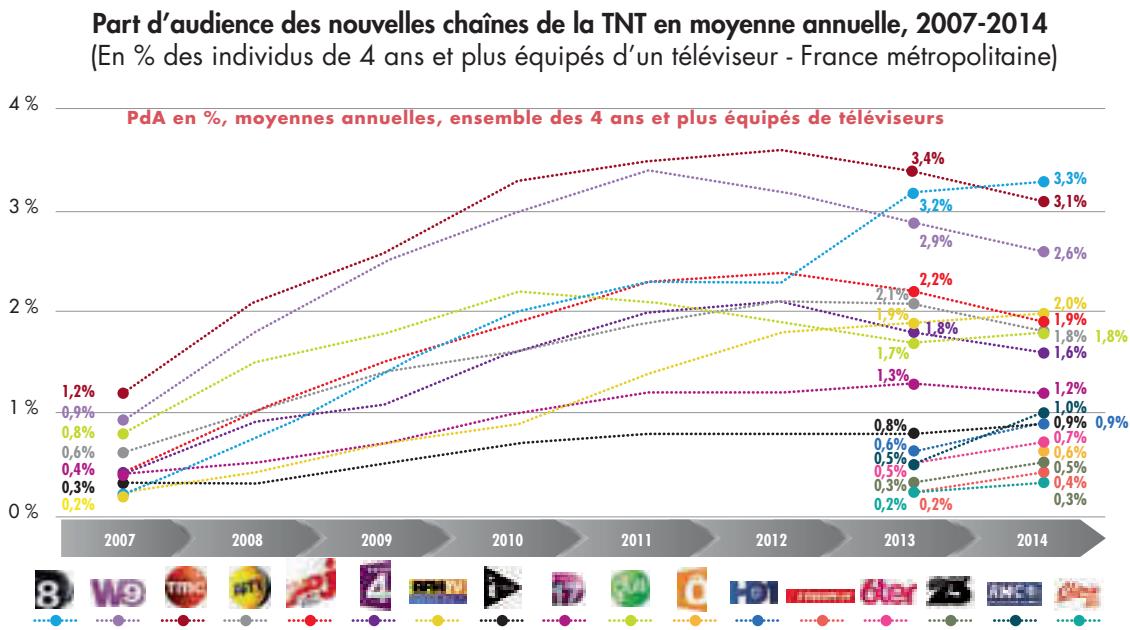
D'autre part, certaines chaînes de la vague de 2005 sont sous le coup de la concurrence exercée par les six nouvelles chaînes lancées en 2012 et dont certaines poursuivent un développement rapide (+1,5 point) ; l'équilibre interne entre ces chaînes connaît une évolution nette.

Pour la deuxième année consécutive, cinq chaînes subissent ainsi des baisses de PDA notables (-0,3 point pour W9, TMC, NT1 et NRJ 12, -0,2 point pour France 4). Cumulés avec la baisse de 2013, ces reculs peuvent atteindre -0,6 point en deux ans.

Parmi les chaînes de 2005, seules quatre connaissent des hausses qui sont toutefois limitées à 0,1 point de PDA. D8 voit sa croissance ralentir (+0,1 point en 2014 contre +0,9 en 2013),

BFM TV poursuit sa hausse à un rythme modéré, I-Télé repart à la hausse après plusieurs années de stagnation et Gulli se redresse après trois ans de baisse.

Plus spécifiquement, parmi les chaînes lancées en 2012, RMC Découverte enregistre la meilleure progression de l'année, toutes chaînes confondues (+0,5 point) et se place en première position des six chaînes HD lancées en 2012. HD1 progresse de 0,3 point, 6Ter, Numéro 23 et L'Équipe 21 de 0,2 point et Chérie 25 gagne 0,1 point, à 0,3 %.



Le groupe NextRadioTV affiche la meilleure progression en 2014 avec une hausse de 0,6 point de PDA, en particulier grâce à RMC Découverte.

La baisse de la PDA du groupe France Télévisions est limitée (-0,3 point contre -2,7 points en 2013) grâce aux bonnes performances de France 2 et aux baisses modérées de France 3 et France 5. La prise en compte de l'audience de France Ô, depuis septembre 2014, permet au groupe France Télévisions de capter la plus forte part d'audience (28,9 %) devant le groupe TF1. Malgré les bons résultats des chaînes TF1 et HD1, ce groupe voit sa PDA diminuer de 0,5 point du fait des performances en retrait de TMC et NT1.

Le groupe Canal Plus enregistre une légère hausse (+0,1 point) grâce la progression de D8 et i>Télé.

Les groupes M6 (-0,9 point) et NRJ (-0,2 point) subissent des pertes d'audience plus nettes, la progression de 6Ter ne parvenant notamment pas à équilibrer les baisses de M6 et W9.

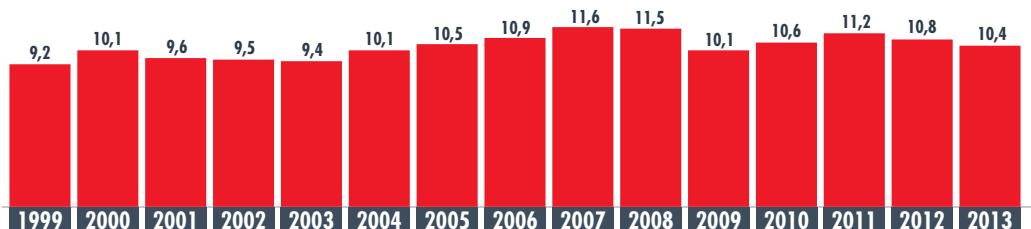
Le groupe NRJ, quant à lui, voit sa part d'audience reculer du fait d'une baisse de la chaîne NRJ 12 et de la progression limitée de Chérie 25.

LE MARCHÉ PUBLICITAIRE

En dix ans, le marché publicitaire a été frappé par deux crises conjoncturelles : au début des années 2000 (avec la « bulle internet »), puis à partir du second semestre 2008 (en raison de la crise financière). Au total, en 2013, 10,4 milliards d'euros ont été dépensés en publicité par les annonceurs sur les six grands médias, soit moins qu'en 2005.

À ces effets conjoncturels s'ajoute un mouvement structurel de diminution des dépenses de communication des annonceurs et de modification de leurs choix d'investissements publicitaires entre les médias, amorcé au début des années 2000 et qui coïncide avec l'arrivée d'internet.

Recettes publicitaires nettes plurimédias²²
(En milliards d'euros)



Source : IREP

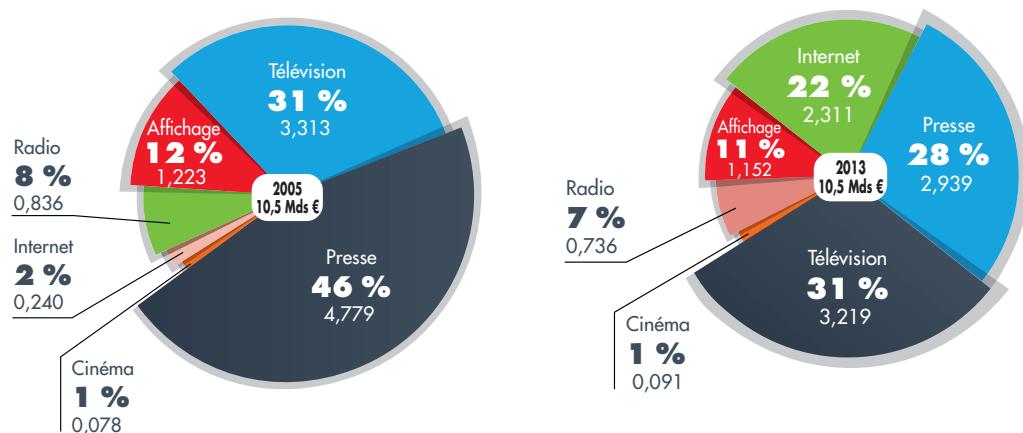
Historiquement, le premier média choisi par les annonceurs, la presse, a vu ses recettes publicitaires se réduire de plus d'un tiers entre 2005 et 2013 et sa part, dans le total des recettes publicitaires plurimédias, reculer de 16 points pour atteindre 28 % en 2013.

Dans le même temps, les recettes publicitaires sur internet se sont considérablement développées, atteignant une part de marché publicitaire nette de 22 % en 2013 pour un total de 2,3 milliards d'euros.

²² Les données nettes pour l'année 2014 ne sont pas disponibles à la date de publication du rapport annuel 2014.

L'autre bénéficiaire de la modification du « mix-médias » des annonceurs est la télévision : ses recettes publicitaires, bien qu'en baisse, représentent en 2013 31 % des recettes publicitaires totales plurimédias. La télévision s'impose désormais comme le premier média investi par les annonceurs.

Recettes et parts de marché publicitaires nettes en 2005 et 2013
(En milliards d'euros et %)



Source : IREP

Les recettes publicitaires nettes de l'ensemble des chaînes de télévision se sont portées à 3,2 milliards d'euros en 2013 (-3,5 % par rapport à 2012), soit une deuxième année consécutive de baisse après deux années de rétablissement des investissements des annonceurs qui avaient suivi la crise de 2008/2009.

Pour l'année 2014, après une stabilité sur les neuf premiers mois, par rapport aux neuf premiers mois 2013 (IREP, le 28 novembre 2014), le secteur anticipe une baisse modérée (-0,6 % selon ZenithOptimedia le 8 décembre et -1 % selon GroupM le 8 décembre 2014).

Recettes publicitaires nettes de la télévision entre 2000 et 2013
(En millions d'euros nets)



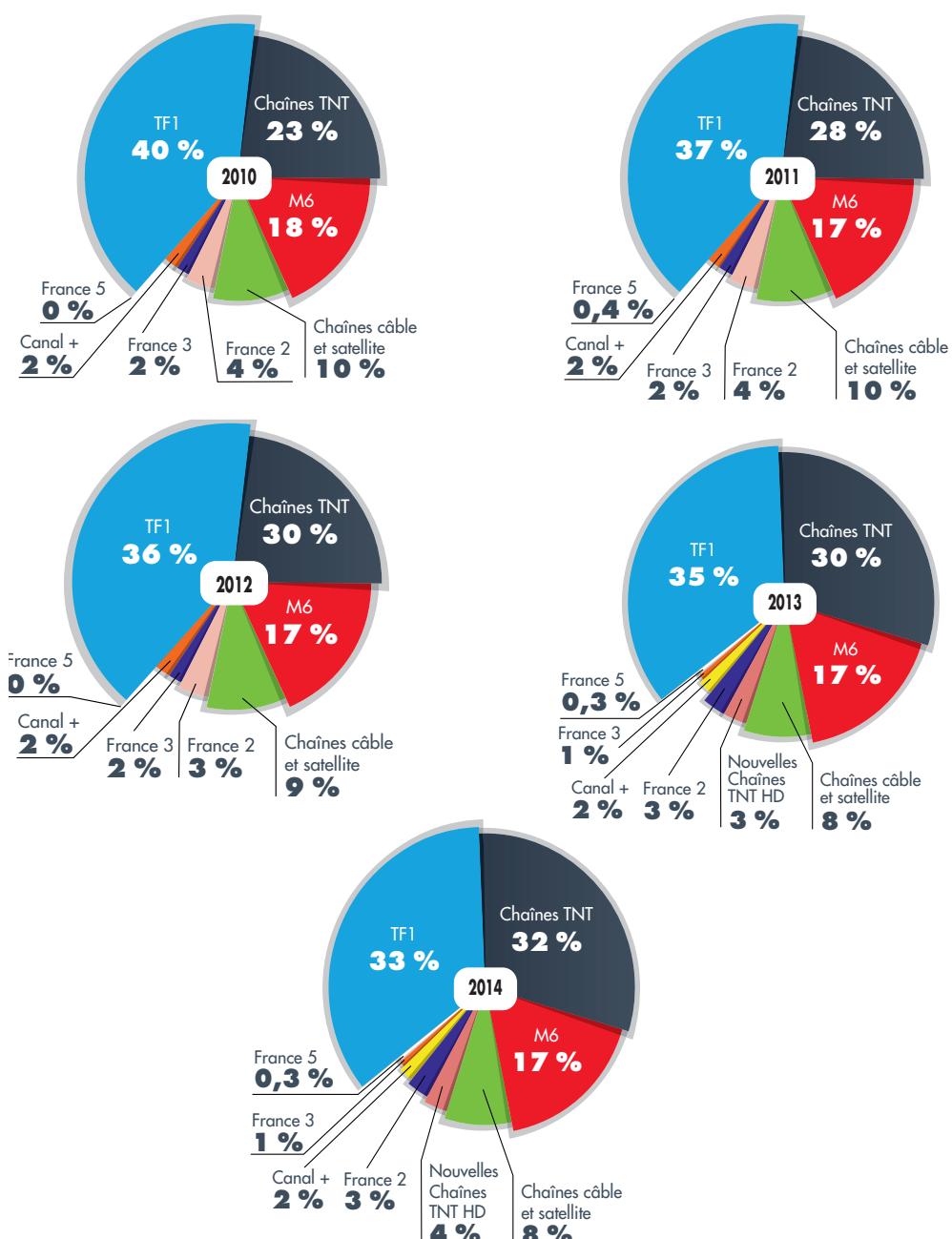
Source : IREP

Le marché publicitaire télévisuel ne devrait pas se redresser en 2015. Les dernières prévisions font état d'une baisse de 2,5 % (MagnaGlobal, le 8 décembre 2014), de 1 % (ZenithOptimedia, le 8 décembre 2014), voire d'une très faible hausse (+0,1 % selon GroupM, le 8 décembre 2014).

C'est donc dans un contexte économique difficile et incertain que les six nouvelles chaînes ont été lancées en 2012, comme la loi du 30 septembre 1986 dans sa rédaction alors en vigueur l'y obligeait, dès lors que de la ressource en fréquence hertzienne suffisante était disponible.

L'équilibre global, la structure et les tendances observées depuis 2005 du marché publicitaire n'ont pas connu de rupture avec l'arrivée de ces chaînes. À l'instar de la première vague de chaînes TNT lancée en 2005, le lancement en 2012 de six nouvelles chaînes s'est inscrit dans les tendances déjà engagées en poursuivant, dans des proportions moindres, le phénomène de déplacement d'une partie des investissements publicitaires en provenance des chaînes historiques et des chaînes du câble et du satellite. Parmi les autres changements induits dans l'équilibre de l'offre et de la demande sur le marché publicitaire, la vague de lancements de 2012 a également freiné la croissance des chaînes de la TNT lancées en 2005.

Parts de marché publicitaire brutes des chaînes de télévision entre 2010 et 2014



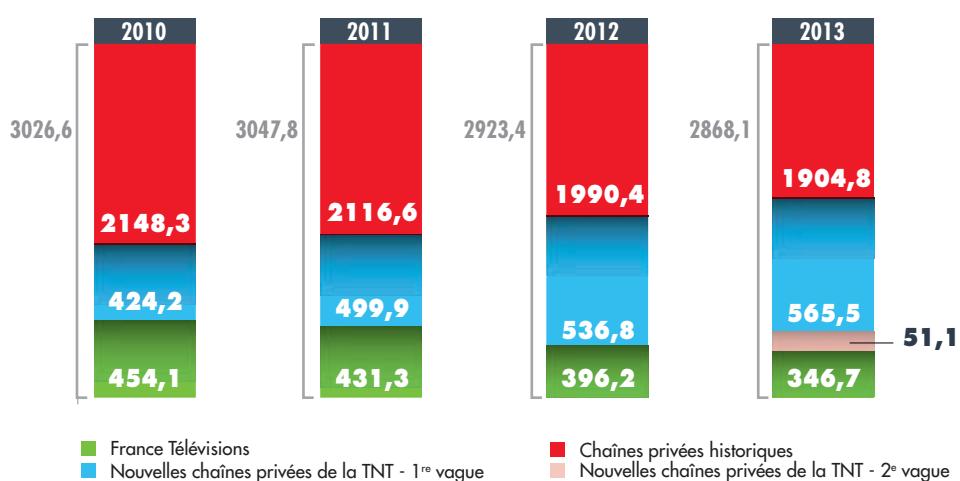
Source : Kantar Media, données brutes, hors parrainage et 6Ter inclus dans l'ensemble « Chaînes TNT » en 2014.

L'arrivée de six nouvelles chaînes en 2012 a pu participer à l'intensification de la tension déjà engagée sur les prix. L'offre d'écrans, en particulier pour des écrans de faible couverture, s'est en effet accrue avec l'arrivée de ces chaînes et a contribué à modifier l'équilibre entre offre et demande, dans un contexte, d'une part, de concentration du mix des dépenses des annonceurs sur la télévision et le numérique au détriment de la presse et, d'autre part, de contraction du niveau des investissements conduisant à une baisse du marché publicitaire télévisuel.

LE POIDS DU SECTEUR ET SA CONTRIBUTION AU FINANCEMENT DE LA CRÉATION²³

Depuis deux ans, le chiffre d'affaires publicitaire net des chaînes de la TNT gratuite évolue à la baisse (-5,9 % sur la période 2011-2013). La progression des revenus publicitaires des nouvelles chaînes de la TNT (616,6 millions d'euros en 2013 pour l'ensemble des deux vagues, contre 499,9 millions d'euros en 2011 pour les chaînes de 2005, soit une augmentation de 23,3 %), ne compense plus le recul des recettes publicitaires des chaînes historiques privées et publiques (en baisse de 11,6 %, à 2 251,5 millions d'euros en 2013, contre 2 547,9 millions d'euros en 2011).

Chiffre d'affaires publicitaire net annuel des chaînes gratuites, 2010-2013
(En millions d'euros)



Sources : Bilans financiers annuels des chaînes nationales gratuites, CSA.

Le chiffre d'affaires global des chaînes gratuites a également diminué entre 2011 et 2013, mais dans de moindres proportions (-2,5 %), essentiellement grâce aux ressources de France Télévisions tirées de la contribution à l'audiovisuel public. Le service public a ainsi vu ses revenus totaux baisser de seulement 2 % en deux ans, alors que ses revenus publicitaires ont diminué de 19,6 % sur la même période.

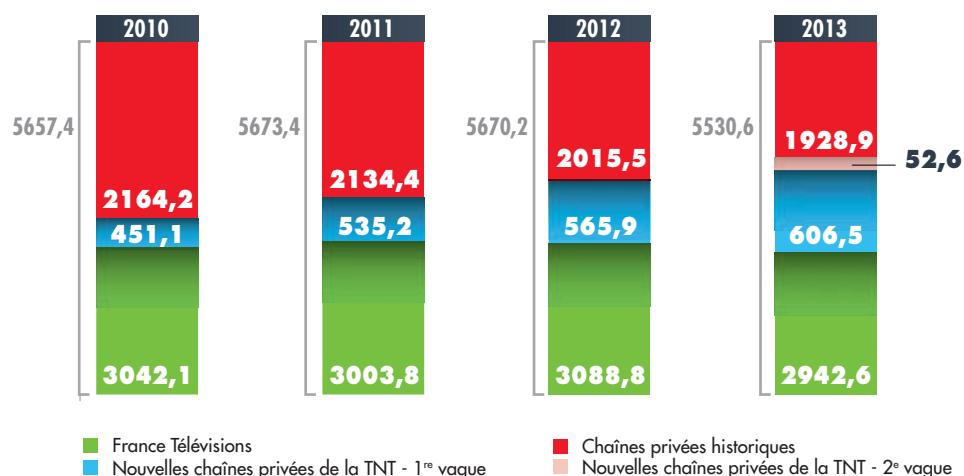
Pour les chaînes privées historiques, financées quasi exclusivement par la publicité (99 % de leur chiffre d'affaires en 2013), les autres sources de revenus sont bien trop minoritaires pour contrebalancer la perte de recettes publicitaires, en baisse de 10 % sur la période 2011-2013. Leur chiffre d'affaires global s'est réduit de 9,6 % sur la période 2011-2013.

²³ Les données économiques présentées dans cette partie sont issues des bilans financiers des chaînes nationales gratuites publiés chaque année par le CSA. Dans ces rapports, ni Public Sénat, ni LCP-Assemblée Nationale, ni Arte ne sont étudiés car ces services n'entrent pas dans le champ de compétences réglementaires du Conseil, qui ne dispose donc d'aucun élément financier les concernant.

Quant aux nouvelles chaînes de la TNT, leurs recettes de diversification - qui représentent seulement 6 % de leur chiffre d'affaires global en 2013 - ont crû moins vite que leurs revenus publicitaires entre 2011 et 2013 (+20,4 %), portant ainsi la croissance du chiffre d'affaires total à 23,2 %.

Chiffre d'affaires annuel des chaînes gratuites, 2010-2013

(En millions d'euros)



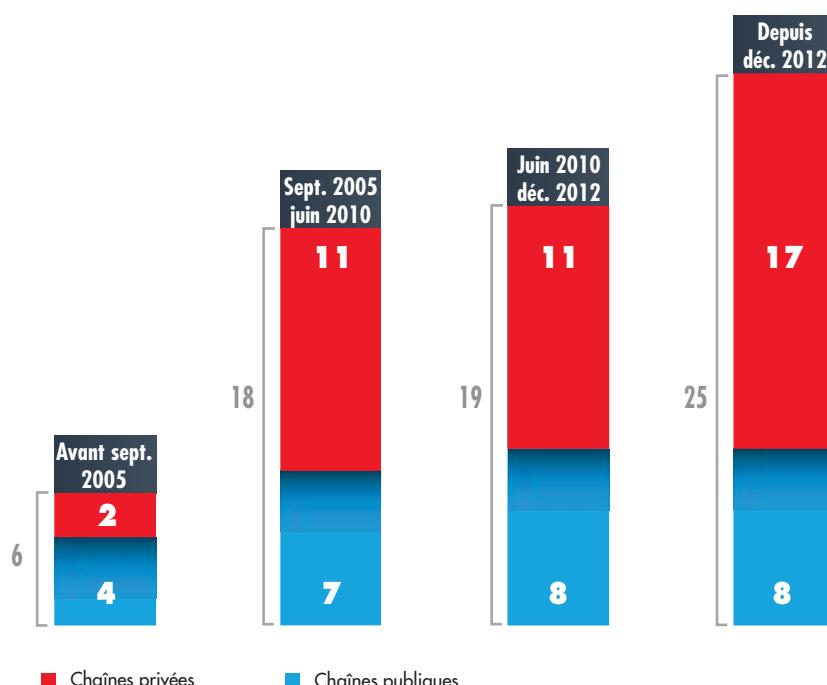
Sources : *Bilans financiers annuels des chaînes nationales gratuites*, CSA

LE PLURALISME DE L'OFFRE

- 2005-2012 : de 6 à 25 chaînes

L'offre de chaînes de la TNT gratuite n'a cessé de s'enrichir depuis le lancement de la plateforme en 2005 et comprend aujourd'hui 25 services.

Évolution du nombre de chaînes sur la TNT gratuite, 2005-2014



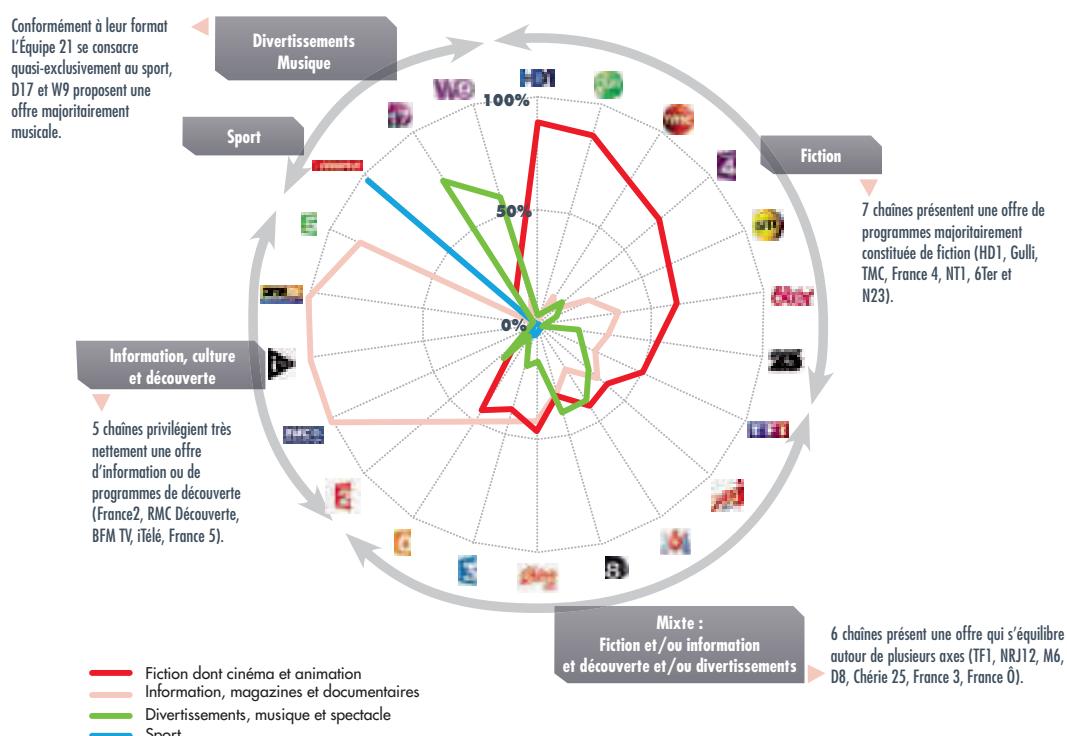
Source : CSA

• Une offre de programmes plus riche et diversifiée²⁴

L'offre gratuite de programmes répartie selon quatre axes thématiques (fiction, information/découverte, divertissements et sport) permet d'établir une typologie des chaînes en fonction de leur programmation par genre et d'éclairer leur positionnement ainsi que la diversité de leur offre.

Les éditeurs se réunissent majoritairement autour de deux axes de programmation, l'un privilégiant une segmentation de l'offre au profit de la fiction, l'autre au contraire favorisant une diversité de l'offre équilibrée autour de plusieurs genres de programmes. Ainsi, l'extension du paysage audiovisuel favorise une différenciation de l'offre et organise la cohabitation entre des offres très ou partiellement thématiques et des offres généralistes ou semi-généralistes.

Les principaux axes de programmation des chaînes gratuites



Source : *Les chiffres clés 2013 de la télévision gratuite*, CSA

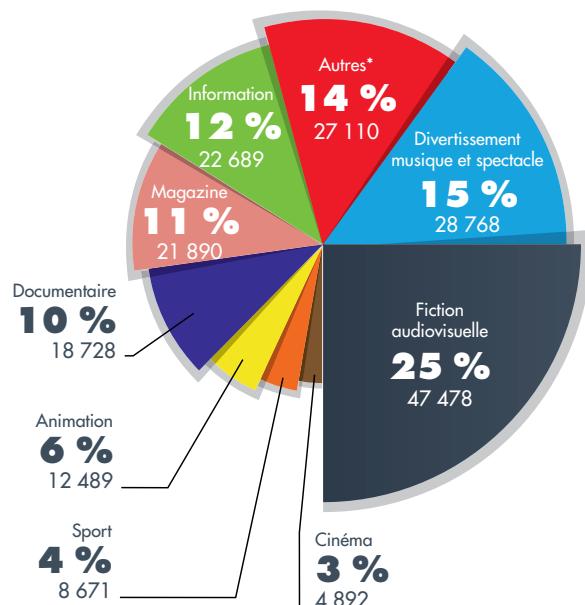
L'offre gratuite de programmes télévisuels, qui s'était considérablement enrichie et diversifiée en 2005 avec le lancement de la TNT et l'arrivée de douze nouvelles chaînes, s'est encore étoffée en décembre 2012, avec le lancement des six chaînes HD dont la ligne éditoriale est venue compléter l'offre alors disponible. 2013, qui est leur première année de plein exercice, permet d'apprécier pleinement l'apport de ces nouveaux services à l'offre de programmes diffusés sur la TNT gratuite et l'appétence des téléspectateurs.

Le volume horaire global de l'offre a augmenté de 37 % en 2013, pour s'établir à 192 715 heures (140 540 en 2012). Les genres qui ont le plus progressé en 2013 sont le sport (dont le volume a plus que quadruplé, grâce à L'Équipe 21), le documentaire (c'est essentiellement l'arrivée de RMC Découverte qui a permis à ce genre de voir son volume horaire doubler en 2013) et la fiction (dont le volume horaire a crû de moitié, notamment grâce au lancement de HD1, Numéro 23, 6Ter et Chérie 25).

²⁴ N'est recensée dans cette sous-partie que l'offre de programmes des 22 services de télévision nationale gratuite sur lesquels le Conseil exerce un contrôle. Ne sont donc pas pris en compte Arte, LCP-Assemblée nationale, Public Sénat, ni les plages en clair des chaînes cryptées.

Le poids des différents genres de programmes a cependant peu évolué en 2013. Le recul le plus important a été enregistré par l'information, dont le poids relatif s'est réduit de 4,3 points, suivie par l'animation et la catégorie « divertissement, spectacle et musique » (respectivement -2,2 points et -1,7 point). Le sport et le documentaire, qui ont tous deux gagné 3,2 points, ont réalisé la plus forte progression en part relative. La fiction, qui représente à elle seule le quart de l'offre, reste majoritaire, en hausse relative de 2 points. Enfin, les parts des genres magazine et cinéma n'ont quasiment pas évolué (respectivement -0,2 point et -0,1 point).

Structure de l'offre de programmes par genre sur la TNT gratuite en 2013
(En heures et %)



*Autres : bandes annonces et autopromotions, messages d'intérêt général, éléments de programme et habillage, écrans et messages publicitaires et émissions de téléachat.

Source : *les chiffres clés 2013 de la télévision gratuite*, CSA.

PROBLÉMATIQUES TRANSVERSES AUX UNIVERS GRATUIT ET PAYANT

ÉTUDE DE LA DIVERSITÉ DES OPÉRATEURS DE LA TNT

• La structure des offres de TNT gratuite et payante par type d'opérateur

Au 31 décembre 2014, 32 chaînes sont diffusées sur la TNT en France métropolitaine, dont 25 gratuites et 7 payantes. Trois groupes d'opérateurs²⁵ peuvent être distingués sur la TNT :

- les opérateurs du secteur public (Groupe France Télévisions, Arte France, LCP-AN et Public Sénat) ;

²⁵ Cette catégorisation (opérateurs du secteur public, privés historiques et indépendants) a été retenue par le Conseil d'État, notamment dans le cadre de sa décision n° 363978 du 23 décembre 2013 relative à la demande de la société Métropole Télévision d'annuler l'agrément du CSA donné à l'opération d'acquisition des sociétés Direct 8 et Direct Star par le groupe Canal Plus. La notion « d'opérateur privé indépendant » recouvre donc l'ensemble des opérateurs privés non adossés à une chaîne historique ; celle « d'opérateur privé historique » inclut les filiales des groupes TF1, M6 et Canal Plus.

- les opérateurs privés historiques (Groupe TF1, Groupe M6 et Groupe Canal Plus) ;
- les opérateurs privés dits « indépendants » (NextRadioTV, NRJ Group, etc.).

Les trois opérateurs privés historiques détiennent conjointement le plus grand nombre de chaînes sur la TNT nationale : ils contrôlent l'intégralité des services payants (57 % pour le groupe Canal Plus, 29 % pour le groupe TF1 et 14 % pour le groupe M6) et 10 des 25 chaînes gratuites (soit 40 % qui se répartissent de la façon suivante : 16 % des chaînes de la TNT gratuite sont détenues par le groupe TF1, tandis que les groupes M6 et Canal Plus en possèdent chacun 12 %), soit au total 17 des 32 chaînes que compte la TNT (53 %, avec 22 % pour le groupe Canal Plus, 19 % pour le groupe TF1 et 12 % pour le groupe M6).

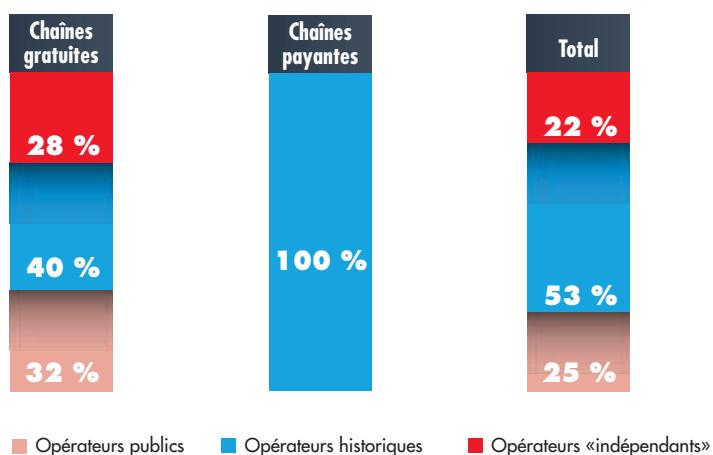
Les poids des opérateurs publics et des opérateurs « indépendants » sont proches avec respectivement 8 et 7 services, tous gratuits (soit 25 % et 22 % de l'ensemble des chaînes de la TNT).

Nombre de chaînes de la TNT nationale par type d'opérateur au 31 décembre 2014

	Opérateurs publics	Opérateurs historiques	Opérateurs « indépendants »	Total
Chaînes gratuites	8	10	7	25
Chaînes payantes	0	7	0	7
Total	8	17	7	32

Source : CSA

Ventilation des chaînes gratuites et payantes de la TNT nationale par type d'opérateur au 31 décembre 2014



Source : CSA

Sur le périmètre de la TNT nationale hors chaînes publiques, les opérateurs privés historiques détiennent 77 % de l'ensemble des chaînes privées, gratuites et payantes.

Répartition des chaînes gratuites et payantes de la TNT par opérateur au 31 décembre 2014

	France Télévisions	Groupe TF1	Groupe M6	Groupe Canal+	NRJ Group	NextRadioTV	Autres	Total
Chaine								
France 2						D8		
France 3	TF1					D17		
France 4	NT1		M6			iTélé		
France 5	HD1		W9			Canal+ HD		
France Ô	TMC*		6Ter			Canal+ Cinéma		
	LCI		Paris Première			Canal+ Sport		
	Eurosport**					Planète+		
Total chaînes publiques	5	0	0	0	0	0	0	8
Total chaînes privées gratuites	0	4	3	3	2	2	3	17
Total chaînes payantes	0	2	1	4	0	0	0	7
Total chaînes	5	6	4	7	2	2	6	32

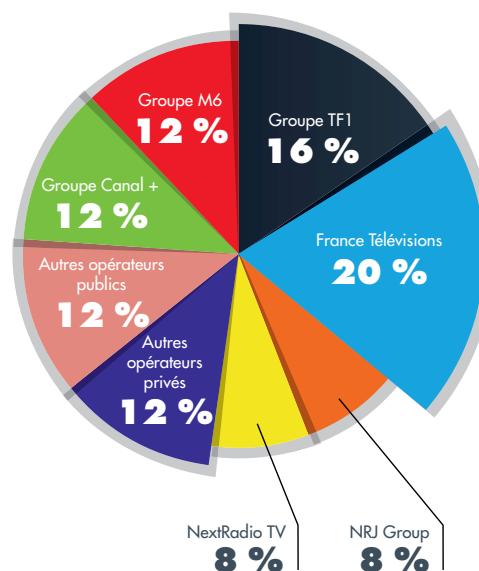
* Détenue à 80 % par le groupe TF1 et à 20 % par la Principauté de Monaco.

** Détenue à 80 % par le groupe TF1 et à 20 % par Discovery Communications. Dans l'ensemble de cette analyse, arrêtée au 31 décembre 2014, Eurosport est comptabilisée au titre du groupe TF1. L'autorisation de cette chaîne a été abrogée le 21 janvier 2015, date à laquelle elle a cessé d'émettre sur la TNT.

• L'analyse de la diversité des opérateurs sur la TNT gratuite exclusivement

Le groupe France Télévisions constitue le premier groupe de la TNT gratuite en nombre de chaînes, avec 5 services sur les 25 aujourd'hui diffusés. Viennent ensuite les trois opérateurs historiques : le groupe TF1, avec 4 chaînes, puis le groupe Canal Plus et le groupe M6 avec 3 chaînes chacun. Parmi les opérateurs indépendants, NRJ Group et NextRadioTV détiennent chacun 2 chaînes. Les autres acteurs, qu'ils soient publics ou privés, n'en opèrent qu'une.

Ventilation des chaînes de la TNT gratuite par type d'opérateur au 31 décembre 2014



Source : CSA

Le tableau ci-contre présente l'évolution du nombre de chaînes par opérateur sur la TNT gratuite à trois dates clés de l'évolution de cette plateforme :

- fin 2005, à l'issue de la première vague de lancement de nouvelles chaînes sur la TNT ;
- fin 2010, à la suite de l'acquisition par le groupe TF1 des chaînes TMC²⁶ et NT1 du groupe AB ;
- aujourd'hui, après l'acquisition des chaînes Direct 8 et Direct Star (désormais D8 et D17) du groupe Bolloré par le groupe Canal Plus et l'arrivée des 6 nouvelles chaînes HD privées gratuites en décembre 2012.

²⁶ TF1 possède désormais 80 % du capital de TMC, les 20 % restants étant détenus par la Principauté de Monaco.

Évolution du nombre de chaînes de la TNT gratuite par type d'opérateur, 2005-2014

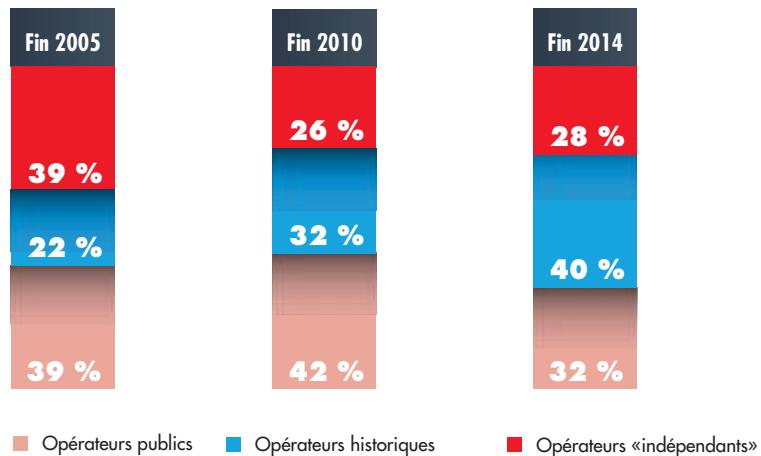
	Fin 2005	Fin 2010	Évolution 2005-2010	Fin 2014	Évolution 2010-2014
Opérateurs publics	7	8	+14 %	8	0 %
Opérateurs privés historiques	4	6	+50 %	10	+67 %
<i>Dont Groupe TF1</i>	<i>1²⁷</i>	<i>3</i>	<i>+200 %</i>	<i>4</i>	<i>+33 %</i>
<i>Dont Groupe M6</i>	<i>2</i>	<i>2</i>	<i>0 %</i>	<i>3</i>	<i>+50 %</i>
<i>Dont Groupe Canal Plus</i>	<i>1</i>	<i>1</i>	<i>0 %</i>	<i>3</i>	<i>+200 %</i>
Opérateurs privés « indépendants »	7	5	-29 %	7	+40 %
<i>Dont NRJ Group</i>	<i>1</i>	<i>1</i>	<i>0 %</i>	<i>2</i>	<i>+100 %</i>
<i>Dont NextRadioTV</i>	<i>1</i>	<i>1</i>	<i>0 %</i>	<i>2</i>	<i>+100 %</i>
Total	18	19	+6 %	25	+32 %

Source : CSA

Avec 6 chaînes supplémentaires entre fin 2005 et le 31 décembre 2014 (nouvellement créées ou rachetées), le poids des opérateurs privés historiques dans la TNT gratuite s'est accru de 18 points. Les acteurs privés « indépendants » détiennent à cette date autant de chaînes qu'à la fin de l'année 2005.

Le poids des opérateurs publics sur la TNT gratuite (32 %) est désormais supérieur à celui des opérateurs privés indépendants (28 %), alors que ces deux groupes faisaient jeu égal à fin 2005.

Évolution de la répartition des chaînes de la TNT gratuite par type d'opérateur, 2005-2014

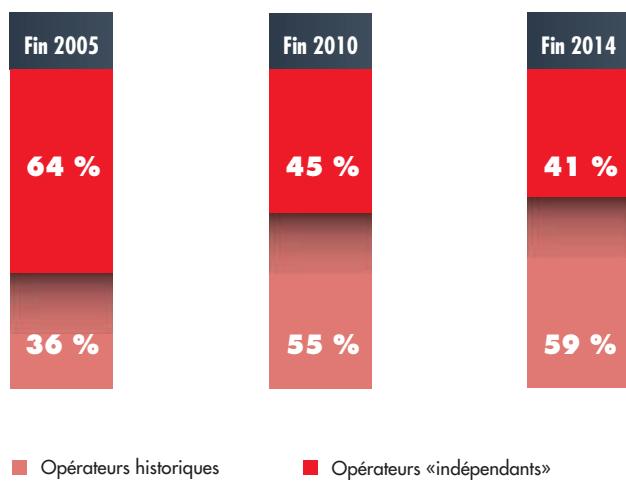


Source : CSA

Sur la TNT gratuite hors service public, les opérateurs privés historiques sont devenus majoritaires, passant de 4 chaînes sur 11 à fin 2005 (36 %) à 10 sur 17 fin 2014 (59 %).

²⁷ Dans un souci d'éviter les doubles comptes et dans le contexte de la prise de contrôle de la chaîne TMC par le groupe TF1 en juin 2010 (à l'issue des examens de l'Autorité de la concurrence et du CSA), cette analyse prend pour convention de comptabiliser TMC uniquement dans le groupe AB jusqu'en 2010. Dans ce tableau, la chaîne est donc comptée exclusivement dans la catégorie « opérateurs privés indépendants » pour l'année 2005, puis dans le groupe TF1 pour les années 2010 et 2014.

Évolution de la répartition des chaînes de la TNT gratuite privée par type d'opérateur, 2005-2014



Source : CSA

Cette évolution résulte à la fois du lancement de nouvelles chaînes fin 2012 (HD1 pour TF1 et 6Ter pour M6) et d'un jeu de vases communicants entre les opérateurs « indépendants » et les historiques.

Cinq acteurs privés « indépendants » sont encore actifs sur la TNT gratuite : NRJ Group (NRJ12 et Chérie 25), NextRadioTV (BFM TV et RMC Découverte), Lagardère Active (Gulli), le groupe Amaury (L'Équipe 21) et Diversité TV (Numéro 23).

Évolution du nombre de chaînes privées de la TNT gratuite par opérateur, 2005-2014

	Fin 2005	Fin 2010	Fin 2014
Groupe TF1	1	3	4
Groupe M6	2	2	3
Groupe Canal Plus	1	1	3
Opérateurs historiques	4	6	10
AB Groupe	2	0	0
Bolloré	1	2	0
NRJ Group	1	1	2
NextRadioTV	1	1	2
Autres	2	1	3
Opérateurs privés « indépendants »	7	5	7
Total TNT gratuite privée	11	11	17

Source : CSA

PERSPECTIVES

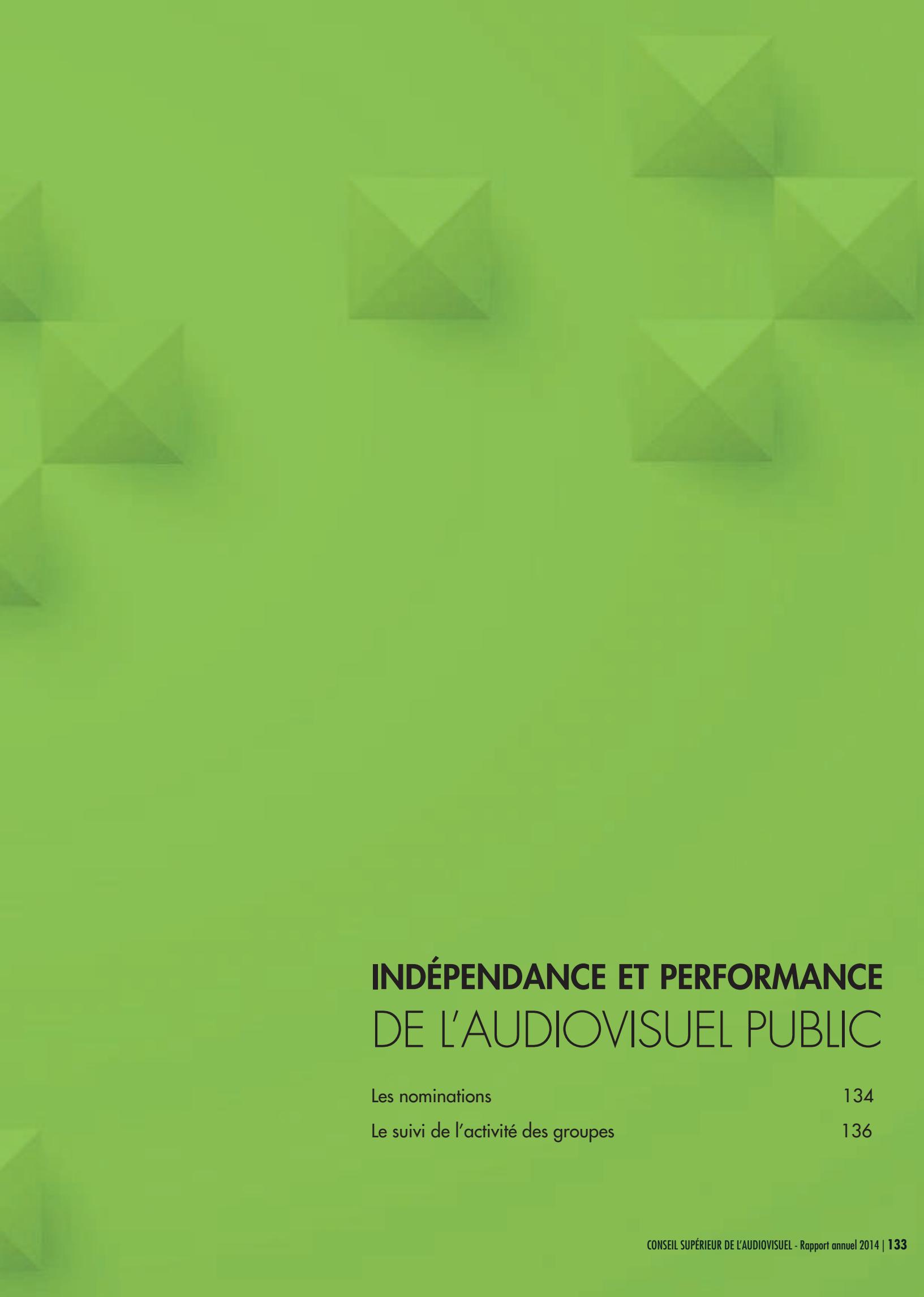
L'analyse des effets, notamment économiques, des décisions d'autorisation prises par le Conseil en 2014 au titre des dispositions de l'article 18 de la loi du 30 septembre 1986 fait apparaître des situations différentes selon les secteurs de la radio ou de la télévision.

Il ressort que les décisions adoptées en 2014 par le Conseil en matière de diffusion analogique de la radio n'ont pas affecté les équilibres globaux du secteur.

En matière de télévision, une situation contrastée continue de se dessiner entre la TNT payante et la TNT gratuite. L'offre payante semble ainsi engagée dans un mouvement de spirale négative qui pourrait à terme remettre en cause sa pérennité. L'offre gratuite a, quant à elle, poursuivi son enrichissement à l'occasion des attributions de fréquences à six nouvelles chaînes en haute définition en 2012. Prises dans un contexte économique difficile et incertain, ces décisions ont eu pour effet de renforcer la diversité de l'offre proposée au téléspectateur.

Il convient toutefois d'observer que l'amplification de la fragmentation de l'audience, à laquelle ces chaînes ont contribué, a conduit à une intensification de la tension sur les prix dans un contexte de contraction des investissements des annonceurs.

Les effets des décisions d'autorisation prises par le Conseil ne doivent cependant pas être analysés de manière statique sur une année. Les modèles économiques des chaînes et des radios ne peuvent s'appréhender qu'à l'occasion d'un exercice pluriannuel sur le moyen terme, en prenant en compte la conjoncture économique générale ainsi que les différentes externalités qui peuvent avoir des effets sur les dynamiques de marché. En particulier, la RNT, lancée en juin 2014, fera l'objet dans le cadre de cet exercice d'une attention toute particulière de la part du Conseil, dans son développement propre ainsi que dans sa contribution globale au média radio.



INDÉPENDANCE ET PERFORMANCE DE L'AUDIOVISUEL PUBLIC

Les nominations	134
Le suivi de l'activité des groupes	136



INDÉPENDANCE ET PERFORMANCE DE L'AUDIOVISUEL PUBLIC

Larticle 3-1 de la loi du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication prévoit que le Conseil supérieur de l'audiovisuel garantit l'indépendance et l'impartialité du secteur public de la communication audiovisuelle. Il nomme les présidents des sociétés nationales de programme – compétence qui lui a été rendue depuis la loi du 15 novembre 2013 et qu'il a exercée en 2014 en choisissant le nouveau président de Radio France. Il nomme également plusieurs personnalités aux conseils d'administration de ces sociétés et de l'Institut national de l'audiovisuel. Il exerce, en outre, une compétence consultative en se prononçant sur les modifications apportées aux cahiers des missions et des charges de ces sociétés, sur leurs contrats d'objectifs et de moyens (ou leurs avenants), ainsi que sur leurs rapports annuels relatifs à l'exécution de ces contrats. En 2015, il a par ailleurs établi, comme la loi le lui demande, un avis motivé sur les résultats de la société France Télévisions pour la période 2010-2014.

LES NOMINATIONS

LE PRÉSIDENT DE RADIO FRANCE

La loi du 15 novembre 2013 a redonné au CSA la mission de nommer les dirigeants de l'audiovisuel public (France Télévisions, Radio France et de France Médias Monde), responsabilité dont il n'était plus chargé depuis 2009. Ces présidents sont nommés pour cinq ans, à la majorité des membres du Conseil, sur la base d'un projet stratégique ; leur nomination doit faire l'objet d'une décision motivée se fondant sur des critères de compétence et d'expérience.

Le Conseil a rendu en 2014 sa première décision depuis la mise en place de la réforme, en désignant le président de Radio France, sur le fondement de l'article 47-4 de la loi du 30 septembre 1986 modifiée, dans sa rédaction issue de la loi du 15 novembre 2013.

À cette occasion, une procédure inédite de nomination a été élaborée, inspirée par plusieurs principes : une exigence de clarté vis-à-vis de l'opinion et un impératif d'égalité de traitement des candidats.

Le Conseil a ainsi adopté le mercredi 11 décembre 2013 une résolution qui a précisé les modalités de cette nomination (dépôt des candidatures, présentation d'un projet stratégique, publication du nombre d'enveloppes reçues, vote du collège à bulletin secret sur les candidats retenus, audience à huis clos, second vote à bulletin secret pour choisir le président...). Tout au long du processus, le Conseil s'est scrupuleusement tenu au respect de ces règles.

Conformément aux principes adoptés dans cette résolution, il a d'abord procédé le mercredi 29 janvier 2014, à huis clos, à l'ouverture des plis concernant les candidatures à la présidence de Radio France et a constaté qu'il avait reçu douze candidatures. Il a ensuite établi, le mercredi 12 février 2014, à huis clos et à la majorité de ses membres, la liste des candidats qu'il a décidé d'auditionner dans le cadre de la procédure.

Ont été ainsi entendus le mardi 25 février 2014, par ordre du tirage au sort : M. Martin Ajdari, M. Mathieu Gallet, M^{me} Anne Durupt, M^{me} Anne Brucy, M. Philippe Gault et M. Jean-Luc Hees. Ces auditions ont consisté en trente minutes d'exposé introductif du candidat et en quarante-cinq minutes de discussion avec le Conseil. Elles n'ont pas été ouvertes au public, en conformité avec la décision du Conseil constitutionnel du 27 juillet 2000.

Le Conseil, réuni en séance plénière le 27 février 2014, a nommé à l'unanimité M. Mathieu Gallet, pour une durée de 5 ans à compter du 12 mai 2014. Par souci de transparence, le Conseil a publié le même jour sur son site internet plusieurs documents explicitant ce choix : la décision de nomination motivée, un compte rendu de la procédure de nomination ainsi qu'une synthèse du projet stratégique de Mathieu Gallet.

LES ADMINISTRATEURS

Les articles 47-1, 47-2, 47-3 et 50 de la loi du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication confient au CSA la mission de nommer cinq personnalités au conseil d'administration de France Télévisions, quatre personnalités au conseil d'administration de Radio France et cinq personnalités, dont une au moins disposant d'une compétence reconnue dans le domaine de la francophonie, au conseil d'administration de la société France Médias Monde. Le CSA nomme également quatre membres du conseil d'administration de l'Institut national de l'audiovisuel (INA).

En 2014, le Conseil a fait application des dispositions prévues par la loi en procédant à la nomination de plusieurs personnalités. Son choix a été guidé par un souhait de renouvellement, ainsi que par la nécessaire prise en compte des nouvelles dispositions de la loi du 15 novembre 2013 introduisant plusieurs spécificités telles que la représentation des associations de consommateurs (dans les conseils d'administration de Radio France et de France Télévisions), la représentation de l'Assemblée des Français de l'étranger (dans le conseil d'administration de France Médias Monde), ainsi qu'une considération particulière pour les droits des femmes (dans les quatre conseils d'administration concernés). Le Conseil a fait une application rigoureuse et proportionnée de ces règles pour les nominations dont il avait la charge.

• Au conseil d'administration de France Télévisions

Le 2 avril 2014, le Conseil a nommé M^{me} Chantal Jannet, représentant l'Union nationale des associations familiales (UNAF), et M^{me} Martine Viallet, pour une durée de cinq ans à compter du 9 avril 2014. Le même jour, il a nommé M. Didier Banquy, pour une durée de cinq ans à compter du 29 septembre 2014.

• **Au conseil d'administration de France Médias Monde**

Le 9 juillet 2014, le Conseil a nommé M. Jacques Martial, compte tenu de son expérience reconnue dans le domaine de la francophonie, et M^{me} France Zobda, pour un mandat de cinq ans à compter du 9 juillet 2014.

Le 15 octobre 2014, M. Francis Huss a été nommé en qualité d'administrateur de la société France Médias Monde, au titre des personnalités indépendantes et représentant l'Assemblée des Français de l'étranger, pour une durée de cinq ans à compter du 15 octobre 2014.

• **Au conseil d'administration de Radio France**

Le 2 avril 2014, le Conseil a nommé M^{me} Frédérique Pfrunder, pour une durée de cinq ans à compter du 29 avril 2014.

• **Au conseil d'administration de l'INA**

Le 21 mai 2014, le Conseil a nommé M^{me} Nathalie Sonnac en tant qu'administratrice de l'Institut national de l'audiovisuel, pour une durée de cinq ans à compter du 25 juin 2014. M^{me} Sonnac a été contrainte de mettre un terme à son mandat à la suite de sa nomination comme membre du CSA, le 26 janvier 2015.

LE SUIVI DE L'ACTIVITÉ DES GROUPES

En application de l'article 18 de la loi du 30 septembre 1986, le Conseil rend compte chaque année dans son rapport d'activité du respect de leurs obligations par les sociétés nationales de programme, ainsi que par l'Institut national de l'audiovisuel (INA).

De plus, il se prononce sur les modifications introduites par le Gouvernement dans le cahier des missions et des charges des sociétés nationales de programmes et sur les contrats d'objectifs et de moyens, ainsi que leurs avenants éventuels conclus avec l'État par France Télévisions, Radio France et la société en charge de l'audiovisuel extérieur de la France, France Médias Monde. Enfin, le Conseil donne son avis sur les rapports annuels établis par chacune de ces sociétés en ce qui concerne l'exécution de leurs contrats d'objectifs et de moyens.

FRANCE TÉLÉVISIONS

LE BILAN 2013 DU RESPECT DU CAHIER DES MISSIONS ET DES CHARGES

Conformément à l'article 18 de la loi du 30 septembre 1986, le Conseil a publié, au cours de l'été 2014, le bilan du respect du cahier des missions et des charges de France Télévisions pour l'année 2013. À cette occasion, il a noté que le groupe public avait connu en 2013 une baisse de ses ressources, tant publiques que publicitaires.

Dans ce contexte économique incertain, les chaînes du groupe France Télévisions ont néanmoins respecté de manière satisfaisante l'ensemble de leurs obligations quantitatives. Le Conseil a toutefois constaté que, dans la programmation des chaînes, certains efforts devaient être poursuivis, notamment pour le développement de la diffusion en haute définition et pour la diffusion des programmes culturels et musicaux.

Pour ce qui concerne les lignes éditoriales des antennes, le Conseil s'est montré attentif aux difficultés rencontrées par certaines chaînes du groupe audiovisuel public. Il a ainsi souhaité que le périmètre de l'offre nationale de France 3 soit maintenu et pérennisé, tout en appelant à mieux exploiter le potentiel du réseau en région. Il a invité France 2 à poursuivre la reconstruction de la case stratégique que représente l'avant-première partie de soirée. Enfin, le Conseil s'est interrogé sur le nouveau positionnement éditorial de France 4 : il a décidé de se montrer particulièrement vigilant au sujet du développement de l'orientation désormais dévolue à cette chaîne, qui doit proposer une offre jeunesse pendant la journée et être un « incubateur » de programmes innovants difficilement délimitables.

PUBLICATION DE L'ÉTUDE « L'EXPOSITION DES PROGRAMMES CULTURELS SUR LES ANTENNES DE FRANCE TÉLÉVISIONS - ÉTAT DES LIEUX ET PERSPECTIVES »

À l'occasion de la publication du bilan 2013, le Conseil a présenté une étude portant sur l'offre culturelle proposée sur les antennes du groupe France Télévisions.

Dans le respect de la liberté éditoriale de France Télévisions, et sur la base d'auditions de professionnels et d'experts qualifiés, le Conseil a dressé un constat et a proposé des pistes de réflexion afin de renforcer l'intérêt et l'exposition des programmes culturels.

L'analyse effectuée par le Conseil a relevé que les quatre premières chaînes du groupe public (France 2, France 3, France 4 et France 5) ont consacré, en 2013, plus de 9 000 heures de programmes au sens large à l'exposition de la culture sur un total d'environ 35 000 heures, soit plus d'un quart de la programmation.

Au sein de cette offre, le Conseil a noté que la culture dite « classique », portée par les arts et les lettres, n'a représenté en 2013 que 8 % de l'offre culturelle sur les quatre chaînes précitées. Il a relevé en outre que 75 % de cette offre se trouvait positionnée entre minuit et 6 heures du matin.

France Télévisions propose donc au public une offre culturelle abondante. Pour autant, une dispersion de l'offre et des déséquilibres conduisent à sous-exposer certaines disciplines.

Pour tenter de mettre en valeur ces programmes fortement liés aux missions du service public du groupe, le Conseil a formulé plusieurs propositions :

- favoriser l'identification des émissions culturelles dans les grilles de programmes ;
- assurer la promotion des grands événements de la culture classique ;
- développer la pédagogie de l'accès à la culture ;
- adapter et améliorer les obligations de France Télévisions en la matière ;
- pérenniser le financement des captations de spectacles vivants.

AVIS DU 17 SEPTEMBRE 2014 RELATIF AU PROJET DE DÉCRET MODIFIANT LE CAHIER DES CHARGES DE FRANCE TÉLÉVISIONS

Le Conseil a adopté, le 17 septembre 2014, l'avis n° 2014-13 relatif au projet de décret modifiant le cahier des charges de la société nationale de programme France Télévisions, rendu en application de l'article 48 de la loi du 30 septembre 1986.

Cet avis portait sur la prise en compte de l'accord interprofessionnel conclu entre France Télévisions et le Syndicat des producteurs de films d'animation (SPFA), sur l'adaptation des horaires de programmation des premières parties de soirées et, enfin, sur une proposition d'actualisation du cadre réglementaire relatif à la classification des programmes.

Le Conseil a tout d'abord pris acte de l'intégration des dispositions relatives à l'étendue des droits cédés figurant dans l'accord signé entre France Télévisions et le SPFA et a exprimé à cette occasion son attachement à la conclusion d'accords interprofessionnels.

Au sujet de la suppression de l'indication horaire du lancement des premières parties de soirée sur les antennes de France Télévisions, le Conseil a considéré que l'abandon de la référence explicite à un horaire déterminé permettrait à France Télévisions de ne plus se retrouver en contradiction avec les dispositions de son cahier des charges, car le groupe audiovisuel public n'est pas parvenu à respecter cet horaire.

Enfin, le Conseil a souhaité appeler l'attention des pouvoirs publics sur la nécessité de modifier le dispositif relatif à la signalétique jeunesse et à la classification des programmes. Celui-ci existe depuis 2003 et n'est plus identique aux stipulations des autres opérateurs dans ce domaine. Le Conseil a ainsi proposé de faire référence dans le cahier des charges de France Télévisions à sa recommandation du 7 juin 2005.

BILAN QUADRIENNAL DES RÉSULTATS DE LA SOCIÉTÉ FRANCE TÉLÉVISIONS

La loi du 15 novembre 2013 relative à l'indépendance de l'audiovisuel public a conféré au Conseil le soin de rendre, quatre ans après le début du mandat des présidents des sociétés nationales de programme, un avis motivé sur les résultats des sociétés nationales de programme, au regard de leur projet stratégique. Conformément à ces dispositions, le Conseil a établi, le 10 décembre 2014, le bilan de la société France Télévisions pour la période 2010-2014.

Le Conseil a estimé que plusieurs objectifs de la société avaient été atteints. Il a ainsi salué la préservation d'une audience significative et l'affirmation d'une offre d'information abondante et de qualité, appuyée sur des magazines d'investigation qui constituent désormais une caractéristique de l'offre.

Le Conseil a par ailleurs souligné le maintien d'un important investissement en faveur de la création et la signature des accords dans les trois domaines de la production patrimoniale de fiction, de documentaire et d'animation. Il a relevé également le développement significatif des activités numériques du groupe.

Il a constaté le franchissement d'étapes significatives dans la construction de l'entreprise unique, notamment par la signature de la convention collective et la concrétisation en cours des systèmes d'information unifiés.

Pour autant, le Conseil a observé que certains objectifs n'avaient pas été entièrement atteints. Il a estimé, tout d'abord, que la qualité de certains programmes (hors information) ne permettait pas encore à France Télévisions de se différencier assez nettement de l'offre des chaînes privées. Le Conseil a appelé de ses vœux davantage de renouvellement et d'innovation, notamment dans la fiction, ce qui permettrait d'atteindre plus aisément l'objectif de rajeunissement de l'audience.

Concernant l'offre de programmes des différentes chaînes du groupe, le Conseil a estimé indispensable une clarification des lignes éditoriales, qui permettrait une meilleure coexistence de France 2 et de France 3, en limitant la concurrence interne et en recherchant la conquête de

nouveaux publics. Le Conseil a suggéré également des évolutions sur l'avenir, encore incertain, de France 4 et de France Ô. Par ailleurs, le Conseil n'a pu que regretter l'absence de réforme de France 3 régions qui constitue pourtant un enjeu éditorial et budgétaire majeur pour France Télévisions.

Enfin, le Conseil a encouragé France Télévisions à renforcer sa politique de maîtrise des coûts, notamment ceux des moyens internes de production, et à accompagner ce mouvement par une exigence accrue en matière de transparence. Il a dégagé des orientations en vue de la promotion du service public audiovisuel dans un contexte de pression croissante sur la dépense publique.

RADIO FRANCE

RAPPORT D'EXÉCUTION DU CAHIER DES CHARGES DE RADIO FRANCE POUR L'EXERCICE 2013

Le Conseil a entendu, le 26 novembre 2014, les responsables de Radio France dans le cadre de l'audition qu'il organise annuellement pour examiner le bilan de l'année précédente.

Il a relevé que les stations du groupe public avaient globalement respecté l'ensemble de leurs obligations en matière de programmes. La couverture de France Bleu a été complétée par une 44^e station. Le groupe a obtenu, le 8 février 2013, le label Diversité et il s'est engagé de manière volontariste en faveur de l'égalité hommes/femmes pour atteindre un objectif de 30 % d'expertes sur l'ensemble des émissions concernées d'ici à la fin de l'année 2014.

En revanche, le Conseil a constaté que les audiences de France Info et de France Inter étaient alors en baisse et a réitéré son souhait de voir se stabiliser la ligne éditoriale du Mouv'. Il a estimé en outre que Radio France devait mieux exposer la musique d'expression originale française. Le Conseil a regretté que la part de la chanson française soit en constante diminution sur le Mouv' et France Inter, seul le réseau France Bleu affichant un taux de chanson francophone majoritaire.

Enfin, le Conseil a renouvelé son souhait de voir le cahier des charges de Radio France révisé, certaines dispositions présentant des insuffisances au regard des autres sociétés de l'audiovisuel public.

AVIS N° 2014-16 DU 23 OCTOBRE 2014 RELATIF AU RAPPORT D'EXÉCUTION POUR L'ANNÉE 2013 DU CONTRAT D'OBJECTIFS ET DE MOYENS ENTRE L'ÉTAT ET RADIO FRANCE

En application des dispositions de la loi du 15 novembre 2013, le Conseil rend son avis sur le rapport annuel d'exécution du contrat d'objectifs et de moyens (COM), avec le souci de mettre en perspective ses observations sur l'année considérée par rapport aux projections du COM pour les années suivantes.

Le rapport d'exécution a été transmis au Conseil le 10 septembre 2014.

L'année 2013 correspond à la quatrième année d'application du COM. Dans ce cadre, Radio France a, au cours de cette année, concentré ses efforts autour de quatre axes principaux :

- les contenus radiophoniques (parties I et II du COM intitulées : *Renforcer le cœur de métier de Radio France et Conforter l'action musicale et culturelle de Radio France*) ;
- la poursuite des grandes orientations lancées en 2011 par la direction des nouveaux médias (partie III du COM intitulée *Développer l'offre de Radio France dans un univers multimédia*) ;

- la gestion des ressources humaines (parties IV et V du COM intitulées *Améliorer et moderniser la gestion des ressources et Bâtir les conditions de l'équilibre financier*) ;
- l'évolution du marché de maîtrise d'œuvre du chantier de réhabilitation (partie IV du COM).

Le rapport d'exécution du COM de Radio France reprend les 17 séries d'indicateurs « cibles », ainsi que les résultats obtenus et les moyens mis en œuvre pour y parvenir. L'année 2013 a été marquée par le cinquantenaire de la Maison de la Radio et de trois chaînes : France Inter, France Culture et France Musique.

Le Conseil a relevé que les objectifs du COM avaient été partiellement respectés au cours de l'année 2013. Le Conseil a noté, concernant l'évolution du chantier de réhabilitation, que la plupart des objectifs du COM n'avaient pas été atteints, que ce soit au niveau du calendrier ou des coûts.

Enfin, afin de donner une meilleure efficacité à ses avis et être plus en adéquation avec l'activité de la société, le Conseil a estimé important que la transmission des rapports annuels d'exécution, tant pour le respect du cahier des charges que pour le contrat d'objectif et de moyens, puisse se faire dans des délais plus proches de la fin de l'exercice concerné.

FRANCE MÉDIAS MONDE

AVIS DU 4 JUIN 2014 SUR UN PROJET DE DÉCRET MODIFIANT LE CAHIER DES CHARGES DE FRANCE MÉDIAS MONDE

En application de l'article 48 de la loi du 30 septembre 1986, le Gouvernement a saisi, le 7 mai 2014, le Conseil pour avis sur un projet de décret portant modification du décret du 25 janvier 2012 fixant le cahier des charges de la société nationale de programme en charge de l'audiovisuel extérieur de la France.

Dans son avis rendu le 4 juin 2014, le Conseil a notamment approuvé la principale modification de ce décret, portant à ouvrir expressément aux services de France Médias Monde (France 24, RFI, Monte Carlo Doualiya) la possibilité de s'adresser au public français résidant en France.

Cette modification a permis au Conseil de donner suite, le 17 septembre 2014, à la demande d'attribution prioritaire d'une ressource radioélectrique à France Médias Monde formulée par le Gouvernement auprès du Conseil en application de l'article 26 de la loi du 30 septembre 1986, en vue de la diffusion de France 24, à temps complet et en langue française, par voie hertzienne terrestre en Île-de-France. Cette diffusion a débuté le 26 septembre 2014.

BILAN DE L'EXERCICE 2013 DE FRANCE 24, RFI ET MONTE CARLO DOUALIYA

La société a transmis au Conseil un rapport sur l'exécution de son cahier des charges par France 24, RFI et Monte Carlo Doualiya. Le Conseil en a dressé un bilan globalement satisfaisant.

AVIS DU 17 DÉCEMBRE 2014 RELATIF AU RAPPORT D'EXÉCUTION POUR L'ANNÉE 2013 DU CONTRAT D'OBJECTIFS ET DE MOYENS ENTRE L'ÉTAT ET FRANCE MÉDIAS MONDE

En application de l'article 53 de la loi du 30 septembre 1986, tel que modifié par la loi du 15 novembre 2013 relative à l'indépendance de l'audiovisuel public, le Conseil, saisi par le Gou-

vernement, a rendu le 17 décembre 2014 un avis sur la mise en œuvre, pour l'exercice 2013, des engagements souscrits par France Médias Monde au titre de son contrat d'objectifs et de moyens (COM), conclu le 9 avril 2014 et portant sur la période 2013-2015.

Le Conseil a constaté que les objectifs du COM pour l'année 2013 avaient été largement respectés. France Médias Monde a renouvelé son offre de programmes en 2013 pour chacun de ses trois médias et a, par ailleurs, atteint voire dépassé ses objectifs d'expansion de la diffusion et de la distribution de ses antennes et des nouveaux médias associés. Sur le plan des ressources humaines et de la gestion, le Conseil a salué l'évolution positive du climat social au sein de l'entreprise ainsi que les efforts de gestion consentis par France Médias Monde.

Le Conseil a toutefois déploré une carence persistante en ce qui concerne l'accessibilité des programmes de France 24 aux personnes sourdes ou malentendantes. Même si l'objectif fixé par le COM en la matière (deux journaux télévisés sous-titrés par jour) n'est prévu qu'à l'horizon de la fin 2015, alors que le Conseil avait demandé, dans son avis du 11 décembre 2013 sur le projet de COM, que soient proposés, sans délai, quatre journaux télévisés sous-titrés par jour, le Conseil a regretté l'absence de cheminement effectif, au cours du COM, vers cette obligation. Le Conseil a exprimé le souhait que soit mis en place, dès le premier semestre 2015, le sous-titrage prévu, rappelant les responsabilités particulières d'une société nationale de programme à l'égard d'une telle obligation et relevant cependant avec satisfaction que, selon le COM 2013-2015, « *le prochain COM aura pour objectif d'intensifier cet effort avec les moyens associés* ».

Le Conseil a par ailleurs exprimé le souhait qu'à l'avenir, le rapport annuel d'exécution du COM, transmis au Conseil le 21 novembre 2014, lui soit communiqué avant la fin du premier semestre de l'exercice suivant, afin que son avis soit plus en phase avec l'activité de la société.

Par ailleurs, le 9 avril 2014, la société a signé avec l'État son premier contrat d'objectifs et de moyens (COM) pour les années 2013 à 2015.

INSTITUT NATIONAL DE L'AUDIOVISUEL

Le Conseil a adopté, le 23 décembre 2014, l'avis n° 2014-20 relatif au rapport d'exécution pour l'année 2013 du contrat d'objectifs et de moyens entre l'État et l'Institut national de l'audiovisuel.

Ce rapport d'exécution reprend les 21 indicateurs « stratégiques », les cinq indicateurs de « suivi » ainsi que les résultats obtenus et les moyens mis en œuvre pour y parvenir. Le Conseil a relevé que les objectifs du COM ont globalement été respectés. Sur les 21 indicateurs stratégiques, 13 affichent des résultats supérieurs aux objectifs, 5 révèlent des objectifs non atteints et 3 sont assortis d'objectifs à remplir à la fin du COM, en 2014.

Le Conseil a noté que l'année 2013 s'était caractérisée par plusieurs évolutions majeures : l'ouverture en fin d'année d'un plateau de formation professionnelle audiovisuelle et multimédia à Issy-les-Moulineaux, le lancement du site rénové ina.fr qui a vu en conséquence son audience doubler, et la progression de la décentralisation de la consultation des collections (dix postes de consultation multimédia ont été mis en place dans cinq bibliothèques à Grenoble, Montpellier, Nancy, Bordeaux et Metz). Enfin, l'année 2013 a vu l'intégration d'une nouvelle grille tarifaire pour la commercialisation des archives. Le passage à une tarification à la minute a permis d'introduire davantage de souplesse dans la grille et un meilleur développement à l'international.



COOPÉRATION EUROPÉENNE ET INTERNATIONALE

Les coopérations et convergences
au sein de l'Union européenne

144

Les relations internationales

146



COOPÉRATION EUROPÉENNE ET INTERNATIONALE

En 2014, le Conseil a renforcé son activité à l'échelle européenne, notamment dans la perspective d'une évolution du cadre réglementaire de l'Union. Il a multiplié les rencontres à haut niveau, sur le plan national comme avec ses partenaires étrangers (homologues et institutions européennes). Olivier Schrameck a été élu par ses pairs à la présidence de l'ERGA, le groupe des régulateurs européens des services de médias audiovisuels ; il a lancé les travaux de ce réseau en vue de contribuer à la réflexion de la Commission dans la perspective d'une prochaine révision de la directive *Services de médias audiovisuels* (SMA).

Le Conseil a parallèlement poursuivi son activité de coopération internationale, sur les plans bilatéral et multilatéral, en visant à promouvoir un modèle de régulation audiovisuelle indépendant et fort, comme à nourrir sa réflexion dans une période de mutation liée à la révolution numérique. Il a participé aux activités des réseaux dont il est membre : la plateforme européenne des autorités de régulation (EPRA), le Réseau francophone des régulateurs des médias (REFRAM) et le Réseau des institutions de régulation méditerranéennes (RIRM).

LES COOPÉRATIONS ET CONVERGENCES AU SEIN DE L'UNION EUROPÉENNE

LA PREMIÈRE ANNÉE DE L'ERGA

Le Groupe des régulateurs européens des services de médias audiovisuels (European Regulators Group for Audiovisual Media Services - ERGA) a été institué par une décision de la Commission européenne du 3 février 2014. Ce groupe à haut niveau, qui rassemble les dirigeants des autorités de régulation de l'audiovisuel des vingt-huit États-membres, a pour missions de conseiller la Commission sur les questions relatives aux services de médias audiovisuels, de faciliter la coopération entre

les régulateurs et de constituer un forum de discussion permettant des échanges d'expériences et de bonnes pratiques. Il a en particulier pour vocation d'accompagner la Commission dans sa réflexion sur une refonte de la directive sur les services de médias audiovisuels.

L'année 2014 a vu le lancement des travaux de l'ERGA et une première réunion s'est tenue le 4 mars 2014 à Bruxelles. À cette occasion, Olivier Schrameck a été élu à l'unanimité à la présidence de l'ERGA, jusqu'à la fin de l'année 2015. La présidente et le président des autorités de régulation des Pays-Bas et de Pologne ont été élus respectivement vice-présidente et vice-président. Trois groupes de travail ont été créés pour traiter des thèmes de l'indépendance des régulateurs, de la protection des mineurs et du champ d'application (compétence matérielle) de la directive SMA.

La deuxième réunion plénière de l'ERGA, tenue le 21 octobre 2014, a permis de faire un bilan d'étape sur l'avancée des différents travaux, et d'adopter une déclaration sur l'indépendance des autorités de régulation audiovisuelle, soulignant son caractère fondamental pour le secteur et demandant à la Commission de la prendre en compte dans le cadre de l'exercice d'examen de la directive SMA.

Un programme de travail pour l'année 2015 a également été adopté. S'agissant de l'adaptation des instruments réglementaires européens, les travaux sur la compétence matérielle et la protection des mineurs seront approfondis et complétés par une réflexion sur la compétence territoriale de la directive SMA (problématique du droit applicable aux services disponibles dans un État membre). Le Conseil supérieur de l'audiovisuel, membre actif des trois premiers groupes, préside le nouveau groupe de travail sur la compétence territoriale. La prochaine réunion plénière de l'ERGA se tiendra le 14 avril 2015 à Paris.

L'ÉVOLUTION DU CADRE RÉGLEMENTAIRE EUROPÉEN

Le secteur de l'audiovisuel est aujourd'hui confronté aux évolutions induites par le développement du numérique. Celles-ci se traduisent notamment par une démultiplication de l'offre de services, une diversification des modes d'accès aux œuvres, ainsi que par une recomposition de la chaîne de valeur du secteur, avec l'apparition de nouveaux acteurs. Si les mutations liées au phénomène de convergence comportent indiscutablement des retombées positives pour les acteurs et les consommateurs, les équilibres du paysage audiovisuel n'en demeurent pas moins bousculés. La régulation audiovisuelle se doit d'évoluer pour accompagner ce mouvement.

Les autorités européennes ont engagé dès 2013 une réflexion sur l'adaptation de la réglementation européenne à l'heure de la convergence : la Commission européenne a, dans ce cadre, adopté un *Livre vert* intitulé *Se préparer à un monde audiovisuel totalement convergent : croissance, création et valeurs* et a lancé une consultation. Ce processus s'est prolongé en 2014, notamment avec la publication de la synthèse des réponses à la consultation publique qui avait été lancée conjointement à la publication du *Livre vert*¹.

La Commission mènera en 2015, dans le cadre du programme REFIT (Regulatory Fitness and Performance) visant à améliorer l'efficacité de la législation européenne, un travail d'évaluation de la directive *Service de médias audiovisuels* destiné à apprécier son adéquation avec le nouvel environnement audiovisuel créé par la révolution numérique. Cette évaluation a été inscrite au programme de travail annuel de la Commission adopté le 16 décembre 2014, avec comme objectif d'obtenir des résultats en 2016.

¹ La réponse du Conseil à la consultation publique de la Commission européenne sur le *Livre vert*, datée du 25 septembre 2013, est disponible sur son site internet (<http://www.csa.fr/Etudes-et-publications/>).

Le Conseil contribue activement, avec ses homologues européens, à la réflexion en cours, en particulier en assumant la présidence de l'ERGA. Il a également participé à ce titre aux conférences consacrées à l'évolution du secteur audiovisuel, organisées par les présidences grecque et italienne du Conseil de l'Union européenne, respectivement à Athènes, les 14 et 15 avril, et à Rome, les 23 et 24 octobre.

Le Conseil a parallèlement discuté de ces questions avec les autorités françaises chargées des affaires européennes : Olivier Schrameck s'est notamment entretenu avec M. Laurent Fabius, ministre des Affaires étrangères et du Développement international, le 9 mai 2014, et avec M. Thierry Repentin, ministre délégué auprès du ministre des Affaires étrangères, chargé des Affaires européennes, le 25 mars 2014. Il a également rencontré M. Harlem Désir, secrétaire d'État aux Affaires européennes, le 16 juin 2014, et M. Philippe Léglise-Costa, secrétaire général des Affaires européennes, le 15 mai 2014.

LES RELATIONS INTERNATIONALES

LA COOPÉRATION MULTILATÉRALE (EPRA, RIRM, REFRAM)

Sur le plan multilatéral, le Conseil est impliqué dans la vie de trois réseaux de régulateurs : la Plateforme européenne des autorités de régulation (EPRA), le Réseau francophone des régulateurs des médias (REFRAM) et le Réseau des institutions de régulation méditerranéennes (RIRM). Il assure le secrétariat permanent de ces deux derniers.

Par ailleurs, il a participé, en tant qu'observateur, à la réunion du Forum des régulateurs d'Europe centrale qui s'est tenue du 4 au 5 septembre à Bucarest, à l'invitation du Conseil national de l'audiovisuel roumain (CNA).

LA PLATEFORME EUROPÉENNE DES AUTORITÉS DE RÉGULATION (EPRA)

Le Conseil a participé aux deux réunions de la Plateforme européenne des instances de régulation (EPRA) organisées en 2014.

Lors de la 39^e réunion de l'EPRA, tenue à Budva du 4 au 6 juin, à l'invitation de l'Agence pour les médias électroniques du Monténégro (AEM), les travaux ont principalement porté sur l'analyse des réponses à la consultation publique de la Commission européenne relative à son *Livre vert sur la convergence et sur les défis posés aux régulateurs dans le domaine de l'incitation à la haine*.

Lors de la 40^e réunion, qui s'est déroulée du 8 au 10 octobre à Tbilissi, à l'invitation de la Commission nationale de la communication de Géorgie (GNCC), les thèmes de l'évolution de la régulation, de la diversité et de l'inclusion des personnes atteintes d'un handicap dans les médias ont été en particulier abordés.

Au titre de la présidence de l'ERGA, la complémentarité et l'utilité de la coopération entre les deux réseaux ont été soulignées au cours de ces réunions. L'EPRA participe en tant qu'observateur aux travaux de l'ERGA.

LE RÉSEAU FRANCOPHONE DES RÉGULATEURS DES MÉDIAS (REFRAM)

Le Réseau francophone des régulateurs des médias (REFRAM) a tenu deux séminaires à vocation régionale et thématique : sur le traitement des plaintes, du 12 au 14 mai au Cameroun, à l'intention des membres d'Afrique centrale ; sur la protection des mineurs, les 21 et 22 octobre au Togo, à l'intention des membres d'Afrique de l'Ouest.

Un atelier sur la lutte contre les stéréotypes de genre et la promotion de l'égalité hommes-femmes dans les médias audiovisuels a également été organisé à Rabat les 27 et 28 octobre dernier par le régulateur audiovisuel du Maroc, en partenariat avec le REFRAM.

En 2014, la présidence du REFRAM a été assurée par M. Moustapha Ali Alifei, président du Haut Conseil de la communication du Tchad, et la vice-présidence par M. Ibrahim Sy Savané, président de la Haute Autorité de la communication audiovisuelle de Côte-d'Ivoire.

LE RÉSEAU DES INSTITUTIONS DE RÉGULATION MÉDITERRANÉENNES (RIRM)

Le Réseau des institutions de régulation méditerranéennes (RIRM) a tenu sa 16^e assemblée plénière les 10 et 11 novembre 2014, à Nouakchott en Mauritanie, avec comme thèmes principaux l'indépendance des autorités de régulation et la lutte contre les stéréotypes de genre. Le représentant du Conseil a présenté les lois du 15 novembre 2013 relatives à l'indépendance de l'audiovisuel public et les travaux en cours de l'ERGA en ce domaine.

Deux groupes de travail pour 2015 ont été créés lors de cette réunion : un groupe pour la promotion de l'égalité hommes-femmes dans les médias, coprésidé par les autorités de régulation du Maroc et d'Andalousie ; un groupe de réflexion sur l'avenir du réseau, présidé par celle de Mauritanie.

En 2014, la présidence du RIRM était assurée par l'autorité de régulation de Chypre. À l'issue de l'assemblée plénière de Nouakchott, la présidence du Réseau a été confiée pour un an à l'autorité mauritanienne et la vice-présidence à l'autorité croate.

LA COOPÉRATION BILATÉRALE

Le Conseil accueille chaque année de nombreuses délégations étrangères qui souhaitent mieux connaître son rôle et son fonctionnement. Il envoie des représentants à l'étranger pour des missions d'expertise ; il s'associe à des actions de coopération institutionnelle conduites par les autorités françaises, l'Union européenne, le Conseil de l'Europe ou l'Organisation internationale de la Francophonie.

Le Conseil enrichit sa réflexion des enseignements qu'il rapporte de ses missions d'étude. Il participe également à des rencontres ou des colloques internationaux dans le domaine de la régulation audiovisuelle.

LES VISITES DE DÉLÉGATIONS ÉTRANGÈRES

En 2014, le Conseil a accueilli 36 délégations ou personnalités étrangères venant des continents ou régions suivants :

- Afrique (15)
- Asie (13)
- Amérique (2)
- Europe (4)
- Moyen-Orient (2)

Ces visites ont porté essentiellement sur la régulation de l'audiovisuel et le rôle du CSA, le pluralisme et la gestion du spectre.

LES MISSIONS À L'ÉTRANGER

Au cours de l'année 2014, le président, les membres ou les collaborateurs du Conseil ont représenté le Conseil à l'étranger lors de 35 missions dans les continents ou régions suivants :

- Afrique (5)
- Amérique (2)
- Asie (3)
- Europe (24)
- Moyen-Orient (1)

Ces missions se répartissent selon plusieurs types d'activités :

- expertise-coopération (3)
- étude (2)
- Union européenne - ERGA (14)
- réseaux multilatéraux (7)
- rencontre bilatérale (1)
- conférences ou salons (8)

En 2014, les actions de coopération les plus fréquentes ont permis de mettre en valeur l'expertise du Conseil en matière de régulation des contenus.

RELATIONS INSTITUTIONNELLES ET COMMUNICATION

Les relations avec le Parlement	150
Les relations avec les collectivités territoriales	151
Les relations avec les juridictions	152
Les relations avec les autorités indépendantes	152
Séminaires et colloques	153
Les relations avec la presse	154
Les publications	155

RELATIONS INSTITUTIONNELLES ET COMMUNICATION

Le

CSA est soumis à des obligations de compte rendu destinées à informer les pouvoirs publics de son action. Cette responsabilité se traduit d'abord par le présent rapport public annuel que le Conseil adresse au Président de la République, au Gouvernement et au Parlement, et qui fait l'objet d'une présentation publique par le président du CSA devant les commissions des affaires culturelles de l'Assemblée nationale et du Sénat.

En parallèle, le CSA informe le Gouvernement et le Parlement en vertu de dispositions légales spécifiques, voire de sa propre initiative, à travers une grande diversité de documents ou d'auditions publiques. Il est également en relation avec les collectivités locales chaque fois que son action a une influence sur le territoire national, avec les juridictions et autres autorités indépendantes, et avec l'ensemble des acteurs du secteur au moyen de communiqués, de rencontres, de colloques et de publications diverses.

LES RELATIONS AVEC LE PARLEMENT

Les rapports entre le Parlement et le régulateur sont permanents. Ils concernent en premier lieu le pluralisme des courants de pensée et d'opinion sur les médias audiovisuels, dont le CSA rend compte en adressant « *chaque mois aux présidents de chaque assemblée et aux responsables des différents partis politiques représentés au Parlement le relevé des temps d'intervention des personnalités politiques dans les journaux et les bulletins d'information, les magazines et autres émissions des programmes* » (article 13 de la loi du 30 septembre 1986). En 2014, s'est ajoutée à ces transmissions la remise de trois rapports, destinés aux parlementaires comme aux autres acteurs de la vie politique, portant sur les constatations établies à la suite des élections municipales, européennes et néo-calédonienne, ainsi que sur un bilan d'ensemble de ces trois consultations. Après cette synthèse, une concertation a été lancée par le groupe de travail « Pluralisme et campagnes électorales », qui s'achèvera au cours de l'année 2015.

La loi du 15 novembre 2013 vise à amplifier les relations entre le Conseil supérieur de l'audiovisuel et les assemblées, notamment en prévoyant que tout membre du CSA peut être entendu par les commissions parlementaires compétentes (art. 18 de la loi de 1986) ou par la commission de la modernisation de la diffusion audiovisuelle (art. 21 de la même loi). Elle prévoit aussi qu'un

avis motivé sur les résultats de chaque société nationale de programme soit établi quatre ans après l'entrée en fonctions de son président et adressé aux commissions parlementaires (article 47-2 de la même loi) ; le Conseil a ainsi adopté, en décembre 2014, un avis motivé sur les résultats France Télévisions (2010-2014) (voir p. 138), qui a donné lieu, en 2015, à deux auditions devant les commissions compétentes de l'Assemblée nationale et du Sénat.

Le Conseil a également adressé au Parlement son rapport annuel sur la représentation de la diversité de la société française à la radio et à la télévision, un rapport sur l'intensité sonore à la télévision (voir page 35) et un rapport sur la concentration du média radiophonique (voir page 110).

Le statut d'autorité publique indépendante (API), désormais conféré au Conseil et entré pleinement en application le 1^{er} janvier 2014, loin d'alléger le contrôle parlementaire sur le budget du régulateur, induit au contraire un renforcement de celui-ci. Le Parlement est appelé à voter, chaque année et pour chaque API, un plafond d'emplois, une dotation budgétaire et, s'il y a lieu, des affectations de recettes (ce qui n'est pas le cas au CSA). La souplesse de gestion apportée par ce statut va de pair avec un contrôle parlementaire plus dense.

Pour la pleine information du Parlement sur son budget, l'exercice de ses missions et l'évolution du secteur audiovisuel, le CSA répond donc chaque année aux questionnaires budgétaires parlementaires ou aux sollicitations des rapporteurs. Cette exigence s'est traduite, à l'Assemblée nationale, par l'audition en octobre 2014 d'Olivier Schrameck par M. Jean-Marie Beffara, rapporteur spécial, par celle des conseillers Sylvie Pierre-Brossolette et Patrice Gélinet par M^{me} Martine Martinel, rapporteure pour avis de la commission des affaires culturelles, et, le 10 novembre 2014, par la visite dans les locaux du sénateur Jean-Yves Leconte, rapporteur des crédits qui incluent le budget du CSA (« direction de l'action du gouvernement (protection des droits et libertés) »). Il faut également signaler l'audition d'Emmanuel Gabla et des services du Conseil par M^{me} Catherine Coutelle, députée membre de la commission de la modernisation de la diffusion audiovisuelle, et celle de Francine Mariani-Ducray par une mission commune Assemblée nationale-Sénat sur l'accessibilité, que président M^{mes} Dominique Orliac et Jacqueline Gourault.

Le régulateur a également été sollicité par les parlementaires à l'occasion de travaux législatifs ou de contrôle ponctuels qui concernent l'audiovisuel, notamment dans le cadre de l'adoption de la loi du 4 août 2014 pour l'égalité réelle entre les femmes et les hommes (M. Sébastien Denaja, rapporteur). Olivier Schrameck a par ailleurs été auditionné à l'Assemblée nationale par la commission des affaires européennes, la commission « Droits et libertés à l'âge du numérique », de même que par les commissions des affaires culturelles des deux assemblées. Il a, en outre, participé à une table ronde sur la régulation avec la CNIL, l'ARCEP et la HADOPI, le 16 janvier 2014, à l'invitation du groupe d'études « Médias » du Sénat présidé par M^{me} Catherine Morin-Desailly.

LES RELATIONS AVEC LES COLLECTIVITÉS TERRITORIALES

Le Conseil a eu, durant l'année 2014, de nombreux échanges avec les élus, les collectivités territoriales et les services déconcentrés de l'État, notamment à l'occasion du déploiement des six nouvelles chaînes HD de la TNT ou des modifications des paramètres techniques de diffusion effectuées par les opérateurs de multiplex. L'action du Conseil s'est systématiquement traduite par une information, avant chaque phase de déploiement, en direction des élus locaux. L'envoi d'un courrier d'information aux maires, conseillers généraux, députés, sénateurs et préfets concernés leur permet en effet d'orienter leurs administrés, notamment sur les dates de déroulement des opérations techniques, les

conséquences de l'opération sur leurs installations de réception télévisuelle, les dispositifs d'accompagnement, les recours et les aides en cas de difficulté. Les élus et collectivités ont ainsi pu relayer, via leurs propres supports de communication, une information pratique, notamment à destination des publics les plus éloignés du sujet.

La majorité des contrats de diffusion TNT, généralement d'une durée de cinq ans, arrivent successivement à échéance. Le renouvellement de ceux-ci peut engendrer des modifications techniques des émetteurs, dont certaines ont un impact sur la zone de couverture et l'orientation des antennes de réception ou peuvent provoquer des discontinuités de service pour certains téléspectateurs. Le cas échéant, le Conseil veille, conjointement avec les opérateurs de multiplex ou leur prestataire technique, à ce qu'une information complète soit adressée aux élus locaux concernés.

Enfin et surtout, le CSA s'efforce de répondre aux nombreuses demandes d'élus portant sur des questions spécifiques à leur territoire, dont les attributions de fréquences radio ou la situation des télévisions locales. Ceux-ci sont également sensibles à la qualité de la réception des médias audiovisuels lorsqu'elle n'est pas optimale. Certaines des difficultés signalées sont liées à des questions purement géographiques : zones de montagne, réflexion des ondes sur l'eau, notamment dans les régions côtières de la Manche, distance de l'émetteur, présence d'un brouilleur, etc. D'autres phénomènes sont temporaires, notamment à l'occasion d'un changement de site de diffusion ou de type d'émetteur, ou lors de perturbations climatiques.

Sur ces questions, le CSA effectue un travail continu, en répondant aux élus comme aux particuliers, en identifiant les difficultés techniques, en se rendant sur place ou en diligentant des enquêtes techniques, travail souvent mené en lien avec l'ANFR et l'ARCEP. Toutefois, les décisions finales dépendent des opérateurs et peuvent être lentes ou différées. Le CSA, en toute circonstance, demeure à la disposition des élus et de leurs associations.

LES RELATIONS AVEC LES JURIDICTIONS

Le CSA a contribué à deux études conduites par des juridictions. La première est celle du Conseil d'État sur le thème « *Le numérique et les droits et libertés fondamentaux* » publiée au mois de septembre 2014. Le CSA a été auditionné par les rapporteurs de l'étude et a participé aux réunions de suivi rassemblant les institutions, entreprises et experts directement parties prenantes des enjeux de protection des droits et des libertés dans l'environnement numérique. Le second travail est celui réalisé par la Cour des comptes sur les soutiens au financement de la production audiovisuelle et cinématographique, rendu public au mois d'avril 2014. Le CSA a adressé une contribution distincte réagissant aux observations de la Cour et annexée à son étude.

LES RELATIONS AVEC LES AUTORITÉS INDÉPENDANTES

En 2014, les relations avec les Autorités administratives indépendantes correspondantes du CSA ont été notamment marquées par la contribution du CSA à l'avis de la Commission nationale consultative des droits de l'Homme sur la lutte contre les discours de haine sur internet, que la Commission a rendu public au mois de février 2015.

Le Conseil a également signé avec le Défenseur des Droits une convention visant à favoriser l'échange d'informations et la mise en place d'actions communes, en vue de promouvoir les droits

que les deux institutions ont pour responsabilité de protéger, de prévenir les discriminations et de contribuer à la protection du jeune public (voir page 41).

Par ailleurs, le CSA et l'ARCEP ont poursuivi leurs échanges sur la gestion de la ressource hertzienne, la régulation croisée d'acteurs intervenant aussi bien dans la distribution de contenus audiovisuels, dans la fourniture d'accès à des réseaux de communications électroniques ou dans des prestations de diffusion. Ces échanges ont porté particulièrement sur la coordination des travaux de réaffectation au secteur des télécommunications de la bande des 700 MHz, la régulation du marché de diffusion de la télévision, les dérogations d'usage dans diverses bandes de fréquences ou encore la mise en œuvre du guide relatif à la cohabitation de la téléphonie 4G LTE 800 avec la TNT, qui vise à protéger la réception de la télévision et le pilotage d'émetteurs.

Enfin, le CSA a rendu cinq avis à l'Autorité de la concurrence : deux portent sur des projets de concentration économique dans le secteur audiovisuel, trois sur des affaires de pratiques anticoncurrentielles (voir page 88).

SÉMINAIRES ET COLLOQUES

LE SÉMINAIRE « AUDIOVISUEL, ENJEU ÉCONOMIQUE »

Le Conseil a organisé le 2 octobre 2014 un séminaire intitulé « L'audiovisuel, enjeu économique ». Ouvert par la ministre de la Culture et de la Communication, il a été conclu par le Président de la République.

Après une intervention liminaire de Marc Tessier, président de Vidéo Futur Entertainment Group, sur le poids économique de l'audiovisuel, les travaux ont été animés par Nathalie Sonnac, alors professeur en sciences de l'information et de la communication à l'Institut français de presse, et Anne Perrot, professeur d'économie à Sciences-Po.

Un format novateur a été adopté pour ce séminaire qui reposait sur un échange entre les intervenants (parlementaires, institutionnels, chercheurs, universitaires et experts) et les professionnels présents dans la salle. La discussion a porté sur les enjeux économiques actuels et futurs de l'audiovisuel, puis sur la fonction économique de la régulation. Elle a permis de mettre en valeur le caractère significatif et dynamique du secteur audiovisuel traversé par de profondes mutations économiques et technologiques.

Les débats se sont prolongés sur le rôle du régulateur et les outils à sa disposition pour stimuler le développement économique du secteur.

Dans son discours de clôture, le Président de la République a souligné le renforcement de l'indépendance et des moyens du CSA par la loi sur la modernisation de l'audiovisuel public, l'exigence de mieux tenir compte désormais des équilibres économiques dans l'exercice de ses prérogatives et la nécessité de développer la coordination au niveau européen des réflexions sur l'audiovisuel et le numérique.

LE COLLOQUE « LES ÉCRANS ET LES JEUNES »

Le 9 décembre 2014, le Conseil a organisé, à la Sorbonne, un colloque intitulé « Les écrans et les jeunes : quelle place, quelle offre, quelles évolutions ? ».

Cette journée de réflexion faisait suite à l'étude sur la relation entre les jeunes et les médias, menée par la Commission de réflexion sur l'évolution des programmes du Conseil et publiée en juin 2014.

Le colloque avait pour objectif de s'interroger sur les usages et les contenus regardés par les jeunes de 13 à 24 ans, mais aussi de questionner l'offre de programmes existant pour ces jeunes, et de permettre l'échange de points de vue entre différents acteurs et publics concernés par ce sujet.

La journée s'est articulée autour de deux tables rondes. La première, intitulée « La place des écrans dans le quotidien des jeunes », portait sur les usages de ces derniers. La seconde table ronde traitait de l'offre de programmes pour les jeunes, les évolutions et perspectives en la matière.

Ces échanges ont permis d'évoquer de nombreux sujets, tels que les stratégies éditoriales des producteurs d'émissions et des éditeurs de services de télévision pour attirer les adolescents et les jeunes adultes, la diversité de l'offre, l'influence du jeu vidéo dans les contenus audiovisuels, les valeurs que transmettent les programmes, notamment aux jeunes, ou encore la représentation que les médias donnent de ces derniers.

Des collégiens, des lycéens et des étudiants, invités à assister aux tables rondes, ont apporté leur contribution à cette réflexion. Ils se sont notamment exprimés sur leurs usages des médias et ont pu apporter leur regard sur l'offre de programmes et leurs attentes.

M^{me} Najat Vallaud-Belkacem, ministre de l'Éducation nationale, de l'Enseignement supérieur et de la Recherche, est intervenue en milieu de journée et a livré son appréciation des enjeux de cette rencontre.

LES RELATIONS AVEC LA PRESSE

En 2014, le Conseil, à travers son service de la communication et des relations avec la presse, a mené comme chaque année de nombreuses actions en direction du grand public et des différents médias.

Il a notamment préparé, le 2 octobre 2014 au CSA, le séminaire « L'audiovisuel : enjeu économique », en présence du Président de la République.

Il a également activement participé à l'élaboration du colloque organisé à la Sorbonne le 9 décembre 2014 sur « Les écrans et les jeunes : quelle place, quelle offre, quelles évolutions ? ».

Des conférences de presse thématiques avec les membres du Collège ont, comme chaque année, été organisées.

Le service de la communication et des relations avec la presse est chargé de planifier et de coordonner les différentes prises de parole du président du CSA et des conseillers dans les médias. Il fait connaître l'activité du Conseil par le biais de communiqués de presse, du site internet du Conseil et de la publication des décisions du Conseil sur ce site, mais aussi grâce aux réseaux sociaux comme Twitter (@csaudiovisuel) et Facebook.

LES PUBLICATIONS

RAPPORTS, COMPTES RENDUS, ÉTUDES

De nombreux documents ont été adoptés par le Conseil en 2014, puis publiés sur son site internet :

- *L'exposition des musiques actuelles par les radios musicales privées - État des lieux et perspectives* (17 janvier)
- *Les résultats de la vague 2013 du baromètre de la diversité à la télévision* (23 janvier)
- *Rapport sur les enjeux du développement de la représentation du sport féminin dans les médias audiovisuels* (31 janvier)
- *Bilan des premiers travaux du groupe de travail « Droits des femmes » - Année 2013* (12 février)
- *Baromètre de perception de la qualité des programmes - Vague 2 - Février 2014* (20 mars)
- *Guide des chaînes numériques 2014* (7 avril)
- *Rapport annuel 2013 du Conseil* (14 avril)
- *Rapport sur la concentration du média radiophonique* (15 mai)
- *Rapport au Parlement sur la représentation de la diversité de la société française à la télévision et à la radio* (23 mai)
- *Les audiences de la fiction dans les grands pays européens en 2013* (2 juin)
- *Adolescents, jeunes adultes et médias : le séquençage des pratiques médias des 13-24 ans* (19 juin)
- *Bilan de l'activité des services de médias audiovisuels à la demande (SMAD) en 2012* (19 juin)
- *L'équipement audiovisuel des foyers au second semestre 2013* (24 juin)
- *Rapport au Parlement sur l'intensité sonore en télévision - Années 2012-2013* (3 juillet)
- *Étude sur les stéréotypes féminins qui peuvent être véhiculés dans les séries de fiction, les émissions de divertissement et d'animation* (10 juillet)
- *Les chiffres clés de l'audiovisuel français - Édition du 1^{er} semestre 2014* (10 juillet)
- *Rapport sur les chaînes nationales éditées par le groupe France Télévisions - Année 2013* (21 juillet)
- *Rapport relatif à l'accessibilité des programmes de télévision aux personnes handicapées et à la représentation du handicap - Année 2013* (23 juillet)
- *Étude d'impact de la demande de passage sur la TNT gratuite de la chaîne Paris Première* (30 juillet)
- *Étude d'impact de la demande de passage sur la TNT gratuite de la chaîne Planète+* (30 juillet)
- *Étude d'impact de la demande de passage sur la TNT gratuite de la chaîne LCI* (30 juillet)
- *La régulation des médias audiovisuels lors des trois campagnes électorales du premier semestre 2014* (8 septembre)
- *Rapport sur l'élection des conseillers municipaux et des conseillers communautaires des 23 et 30 mars 2014* (8 septembre)

- *Rapport sur l'élection des représentants au Parlement européen des 24 et 25 mai 2014* (8 septembre)
- *Rapport sur l'élection des membres des assemblées de province et du congrès de Nouvelle-Calédonie du 11 mai 2014* (8 septembre)
- *La présence des femmes dans les éditions d'information du 1^{er} trimestre 2014* (9 septembre)
- *La stratégie éditoriale des chaînes en matière de fiction : quels ingrédients du renouveau de la fiction française ?* (11 septembre)
- *Profil de signalisation pour la diffusion des services de la télévision numérique de terre métropolitaine et ultramarine* (9 octobre)
- *Rapport sur les chaînes du groupe TF1 : TF1, TMC, NT1, HD1 - Année 2013* (23 octobre)
- *Rapport sur les chaînes du groupe M6 : M6, W9, 6Ter - Année 2013* (23 octobre)
- *Rapport sur les chaînes du groupe NextRadioTV : BFM TV, RMC Découverte - Année 2013* (23 octobre)
- *Rapport sur les chaînes du groupe NRJ : NRJ 12, Chérie 25 - Année 2013* (23 octobre)
- *Rapport sur la chaîne Numéro 23 - Année 2013* (23 octobre)
- *Rapport sur la chaîne L'Équipe 21 - Année 2013* (23 octobre)
- *Rapport sur la chaîne LCI - Année 2013* (23 octobre)
- *Rapport sur la chaîne Gulli - Année 2013* (23 octobre)
- *Les chiffres clés de l'audiovisuel français - Édition du 2nd semestre 2014* (1^{er} décembre)
- *Les chiffres clés de la production cinématographique en 2013* (2 décembre)
- *Quels écrans utilisent les 13-24 ans et pour quels usages ?* (10 décembre)
- *Bilan quadriennal des résultats de la société France Télévisions* (11 décembre)
- *Bilan financier des chaînes nationales gratuites - Année 2013* (11 décembre)
- *L'équipement audiovisuel des foyers au premier semestre 2014* (18 décembre)
- *Bilan financier des chaînes payantes - Année 2013* (19 décembre)
- *Les chiffres clés de la télévision payante en 2013* (19 décembre)
- *Les chiffres clés de la télévision gratuite en 2013* (31 décembre)
- *Les chiffres clés de la production audiovisuelle en 2013* (22 décembre)
- *Bilan de la société Radio France - Année 2013* (31 décembre)

LE SITE INTERNET DU CONSEIL

Le site internet du Conseil n'a pas fait l'objet de modification significative au cours de l'année 2014, mais plusieurs nouvelles pages ont été publiées pour améliorer l'information des internautes.

Une rubrique sur la cohabitation de la TNT avec les réseaux mobiles de 4^e génération a été créée le 20 juin 2014. En effet, le passage à la télévision numérique terrestre a eu pour effet de transférer une partie du spectre audiovisuel, la bande dite des 800 MHz, vers les services de téléphonie mobile. Ceci a créé une situation de cohabitation inédite entre des réseaux mobiles de quatrième génération et des services de la TNT, qu'il convenait d'expliquer au public.

Le mini-site Protection du jeune public a, quant à lui, bénéficié d'une refonte complète pour le lancement, le 20 novembre 2014, de la nouvelle campagne de sensibilisation sur la protection du jeune public.

En 2014, le site du Conseil a reçu 1 226 125 visites (en baisse de 17 % par rapport à 2013) et a enregistré 3 289 487 pages vues (- 21 %). La page d'accueil a été vue un peu plus de 254 000 fois (- 25 %). Cette baisse s'explique en partie par des requêtes moins fréquentes sur l'application « Ma couverture TNT » (-26 %), le déploiement des nouveaux multiplex de la TNT s'achevant peu à peu.

Le site a connu quelques pics de fréquentation :

- le 7 mai 2014, 16 858 visites (24 124 pages vues), jour où le Conseil a reçu en audition les responsables de la chaîne LCI à la suite de sa demande de passage sur la TNT gratuite. La page sur laquelle était diffusée la vidéo de cette audition a été vue 6 700 fois et le communiqué de presse publié à ce sujet 1 385 fois.
- le 29 juillet 2014, jour où le CSA a rendu et publié ses décisions sur les demandes de passage en TNT gratuite : 16 484 visites et 32 148 pages vues.

Les rapports et études consultés de façon régulière par les internautes concernent essentiellement les chiffres clés de l'audiovisuel, le guide de la réception collective des chaînes, le rapport annuel du CSA (4 615 visites en 2014) et les études réalisées de façon ponctuelle sur des thèmes d'actualité.

Concernant les téléchargements, l'intérêt des internautes s'est porté plus particulièrement sur les documents relatifs à la TNT, mais aussi sur des études liées au sport, à la téléréalité ou aux stéréotypes. 46 423 téléchargements pour « Recherche manuelle des chaînes », 28 803 pour la liste des canaux des multiplex, 22 216 pour « Comment rechercher ses chaînes », 8 749 pour *Sport et télévision : quels défis pour le régulateur dans le nouvel équilibre gratuit-payant ?* L'étude, publiée en octobre 2011, *Réflexion sur les émissions dites de téléréalité*, est toujours régulièrement consultée (6 052 téléchargements en 2014). Les études sur les stéréotypes féminins pouvant être véhiculés dans les émissions de fiction, divertissement et animation ont, quant à elles, fait l'objet de 5 256 connexions en juillet 2014, période de leur publication.

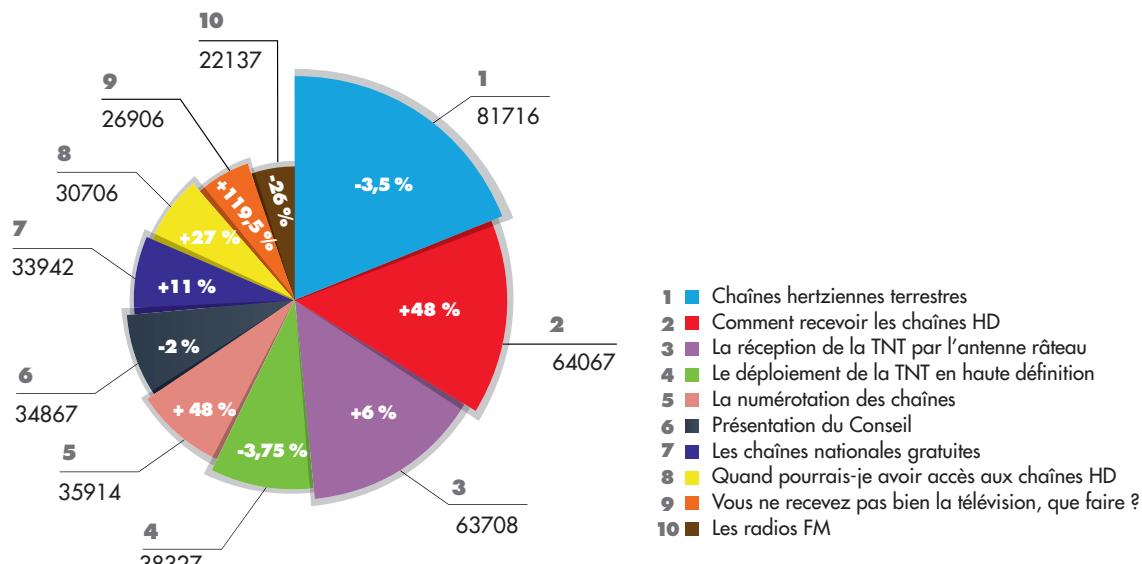
LES PAGES LES PLUS CONSULTÉES

Si les pages relatives à la TNT ont été largement consultées, la présentation du CSA a été vue 34 867 fois, celle relative au collège 16 460 fois et celle sur les missions du Conseil 6 700 fois.

Il faut signaler la forte augmentation de la « foire aux questions » avec 58 700 pages vues, la réponse à la question « *Pourquoi la lettre P apparaît-elle en bas à droite de l'écran lors de la diffusion de certains programmes ?* » ayant été vue 29 950 fois : elle représente la moitié des consultations de cette rubrique.

Les formulaires mis à la disposition des internautes sont largement utilisés : « Ma TNT » et « Ma couverture TNT » environ 260 000 fois et « Ma Radio FM » environ 77 000 fois. Les formulaires « Signaler un programme » (3 629 courriels reçus) et « Contacter le CSA » (2 834 courriels reçus) permettent au CSA d'examiner les plaintes de téléspectateurs ou auditeurs.

TOP 10 DES PAGES LES PLUS CONSULTÉES



(% par rapport à l'année 2013).

Les sites « Protection du jeune public » et « Éducation et médias »



Le site Éducation & Médias, accessible depuis le site internet du Conseil, a reçu 90 300 visites. La mise en place, le 15 septembre 2014, de l'Observatoire Médias et Éducation va permettre d'enrichir les travaux entrepris précédemment.

Le site Protection du jeune public a enregistré une baisse de 21 % des consultations par rapport à 2013. Il faut noter que les deux tiers des consultations (62 782 pages vues) ont eu lieu pendant la période de diffusion de la nouvelle campagne de sensibilisation à la protection du jeune public, diffusée à la télévision et à la radio, entre le 15 novembre et le 31 décembre.

SOURCES ET ORIGINES DU TRAFIC

La grande majorité des internautes consultant le site du Conseil sont en France (89 %), le reste des visites provenant de Belgique, de Suisse, du Maroc, du Royaume-Uni et des Amériques.

C'est un public jeune qui consulte le site du CSA, la tranche d'âge la plus assidue étant celle des 25-34 ans (33,5 %) suivi des 18-24 ans (27,5 %) et des 35-44 ans (15,5 %). 45,85 % des internautes sont féminins et 54,15 % sont masculins.

Les flux RSS ont généré un important volume de requêtes : 6 593 740 au total, soit une augmentation de 49 % par rapport à 2013, et 2 270 635 pour les seuls communiqués de presse (+ 78 %).

Un grand nombre de visites est dû aux liens proposés vers le site du Conseil depuis des sites référents, tels que recevoirlatnt.fr, toutelatnt.fr, ina.fr, tvnt.net, commentcamarche.net, darty.com, qui ont apporté 232 960 sessions.



MOYENS **ET** RESSOURCES

Le statut d'autorité administrative indépendante (API)	160
La gestion budgétaire, administrative et financière	161
La gestion des ressources humaines	164
Les comités territoriaux de l'audiovisuel (CTA)	166
La désignation du rapporteur indépendant	167

MOYENS ET RESSOURCES

Lloi du 15 novembre 2013 a conféré au Conseil supérieur de l'audiovisuel le statut d'autorité publique indépendante. En conséquence, le Conseil dispose, depuis le 1^{er} janvier 2014, d'une plus grande autonomie de gestion. Son objectif, dans ce domaine, consiste à gérer de façon efficiente sa dotation, tant sur les crédits de fonctionnement que sur ceux de personnel.

Au 31 décembre 2014, les effectifs physiques du Conseil s'élevaient à 297 personnes. Le label Diversité, obtenu par le Conseil en octobre 2012, lui a été remis officiellement le 12 novembre 2014 par M. François Rebsamen, ministre du Travail, de l'Emploi, de la Formation professionnelle et du Dialogue social.

LE STATUT D'AUTORITÉ ADMINISTRATIVE INDÉPENDANTE

La loi du 15 novembre 2013 relative à l'indépendance de l'audiovisuel public a conféré au Conseil supérieur de l'audiovisuel le statut d'autorité publique indépendante (API) dotée d'une personnalité juridique distincte de celle de l'État. Ce changement statutaire a pris effet à compter du 1^{er} janvier 2014.

Ce statut permet de mettre en cohérence l'organisation fonctionnelle, administrative et financière du Conseil avec l'indépendance qui caractérise l'exercice de sa mission de régulation.

Ce nouveau statut constitue pour le Conseil :

- la garantie d'une plus grande autonomie financière ;
- un gage de meilleure maîtrise de ses moyens financiers et humains ;
- un renforcement de son autonomie de gestion lui permettant, sur la base des orientations qu'il définit, d'adapter de façon plus réactive l'allocation de ses moyens et de son mode d'intervention aux mutations de l'audiovisuel.

Le décret relatif à l'organisation et au fonctionnement du Conseil traduit les effets du nouveau statut, notamment en matière budgétaire et comptable.

LA GESTION BUDGÉTAIRE, ADMINISTRATIVE ET FINANCIÈRE

LE BUDGET DU CONSEIL

LES CRÉDITS DU CONSEIL AU SEIN DU PROGRAMME 308 « PROTECTION DES DROITS ET DES LIBERTÉS »

Dans le cadre du décret du 29 décembre 2013 pris pour l'application de l'article 88 de la loi du 29 décembre 2013 de finances rectificatives pour 2013, une période transitoire a été définie pour l'exercice 2014 pendant laquelle les dépenses et les recettes du Conseil étaient imputées sur le programme « Protection des droits et libertés » de la mission « Direction de l'action du Gouvernement » du budget général de l'État. Par conséquent, le comptable ministériel est resté le comptable assignataire durant cette période.

Le responsable du programme « Protection des droits et libertés » est le Secrétaire général du Gouvernement. En conséquence, la direction administrative et financière du Conseil assure le dialogue de gestion nécessaire au bon fonctionnement de l'institution, avec la direction des services administratifs et financiers du Premier ministre.

Pour sécuriser l'institution et satisfaire les exigences de qualité comptable induites par la loi organique relative aux lois de finances (LOLF), la direction administrative et financière est chargée de l'identification et de l'évaluation des risques financiers. Ceux-ci sont formalisés dans une cartographie et par la mise en place de dispositifs de couverture retracés dans le plan d'action ministériel, actualisé chaque année en lien avec les services du Premier ministre.

Le Conseil s'est à nouveau attaché, en 2014, à la gestion efficiente de ses crédits. Ainsi, les crédits de fonctionnement, hors titre 2, ont été consommés dans leur totalité.

LES CRÉDITS DU CONSEIL EN 2014

Le montant des crédits disponibles au titre de l'exercice 2014 s'est élevé :

- à 31 M€ en autorisation d'engagement (AE), dont 21 M€ pour le titre 2 et 10 M€ pour le titre 3 ;
- à 35,4 M€ en crédit de paiement (CP), dont 21 M€ pour le titre 2 et 14,5 M€ pour le titre 3.

ETPT (Équivalents temps plein travaillés)	284	Titre 2			Titre 3	
		Hors CAS Pensions	CAS Pensions	Total	AE	CP
PLF 2014	284	19 997 307	1 048 242	21 045 549	9 985 814	14 735 814
Amendement n° 509	-	- 17 916	0	0	0	0
LFI 2014	284	19 979 391	1 048 242	21 027 633	9 985 814	14 735 814
Gels, réserve de précaution	-	-105 138	0	-105 138	-699 007	-1 031 507
Ajustement complémentaire	-				800 000	800 000
Dotation initiale BOP 2014 (Budget opérationnel de programme)	284			20 922 495	10 086 807	14 504 307
<i>Fonds de concours</i>		0	0	0	4 540	4 540
<i>Abondement en cours de gestion</i>					0	18 870
Crédits disponibles BOP 2014 (Budget opérationnel de programme)	284			20 922 495	10 091 347	14 527 717

L'EXÉCUTION DU BUDGET 2014

Comme en 2012 et en 2013, le Conseil s'est attaché fortement à son objectif principal de gestion efficiente de sa dotation, tant sur les crédits de fonctionnement que sur ceux de personnel.

Consommation des crédits du Conseil

	IFI 2014		Disponible 2014		Exécution 2014		Taux d'exécution 2014	
	AE	CP	AE	CP	AE	CP	AE	CP
Titre II	21 027 633	21 027 633	20 922 495	20 922 495	20 545 814	20 545 814	98,2 %	98,2 %
Titre III	9 985 814	14 735 814	10 091 347	14 527 717	8 150 892	14 527 717	80,7 %*	100 %
Total	31 013 447	35 763 447	31 013 842	35 450 212	28 696 706	35 073 531	92,5 %	98,9 %

* La différence (1,9M€) entre les AE disponibles les AE consommées (80,7 %) est liée à la remontée dans l'outil comptable des engagements juridiques non soldés conformément aux instructions de l'AIFE pour préparer le Conseil à la sortie de l'outil de gestion comptable de l'État, à savoir Chorus.

Ainsi, les crédits de paiements de fonctionnement ont été consommés à 100 % et les crédits du personnel à hauteur de 98,2 %.

LE SUIVI DE L'ACTIVITÉ

L'ACTIVITÉ BUDGÉTAIRE ET FINANCIÈRE

Au cours de l'année 2014, le centre de services partagés du Conseil a saisi 1 407 engagements juridiques. Ceux-ci ont donné lieu à la saisie de 2 266 certifications de service fait et de 2 011 demandes de paiement.

Volume d'activités du centre de services partagés de 2010 à 2014

Volume d'activités du CSP	2010	2011	2012	2013	2014
Engagements juridiques	1 858	2 022	1 634	1 430	1 407
Certifications du service fait	nc	3 100	3 040	2 733	2 266
Demandes de paiements	2 287	2 121	2 717	2 294	2 011

LES DÉPENSES DE PERSONNEL

ET LES EFFECTIFS

Les dépenses de personnel se sont élevées à 20 788 757 € et se décomposent de la façon suivante :

	Catégorie de dépenses	AE=CP
Cat. 21	Rémunération principale	14 912 525
Cat. 22	Cotisations sociales et charges	5 633 503
Cat. 23	Prestations sociales	-215
Total		20 545 813

NB : le montant négatif affiché en prestations sociales est dû aux remboursements d'indemnités journalières de sécurité sociale versés par la CPAM au Conseil, qui viennent diminuer les dépenses dans cette catégorie.

LA COMMANDE PUBLIQUE

En 2014, 24 nouveaux marchés ont été notifiés, contre 32 en 2013. Au 31 décembre 2014, le Conseil comptait 79 marchés en cours d'exécution. Ils se décomposent de la façon suivante :

- 28 marchés à procédure adaptée ;
- 28 appels d'offres ouverts ;
- 9 marchés négociés ;
- 14 marchés mutualisés.

Marchés en cours d'exécution de 2011 à 2014

Marché en cours d'exécution	Nombre
Fin 2011	79
Fin 2012	78
Fin 2013	76
Fin 2014	79

Dans sa démarche de rationalisation des coûts, le Conseil a poursuivi l'optimisation et la standardisation des procédures d'achat. Il s'inscrit ainsi dans une logique de coordination et de suivi de la performance des achats. À ce titre, le Conseil participe depuis 2014 au programme de calcul des gains d'achats mis en place par le Service des achats de l'État (SAE), en saisissant ses données dans l'instrument de mesure de la performance des achats (IMPACT). En outre, il s'agit pour le Conseil de faire preuve d'exemplarité en contribuant à la politique de réduction des dépenses courantes de l'État que le Gouvernement veut accentuer par le biais des marchés groupés.

Sur les quatorze marchés mutualisés, deux marchés ont été passés avec les locataires de la tour Mirabeau : il s'agit des prestations de nettoyage des locaux et de restauration collective. Les onze autres marchés auxquels le Conseil est rattaché sont mutualisés avec les services du Premier ministre ; cinq de ces rattachements ont eu lieu au cours de l'année 2014 :

- marché de transport et d'hébergement ;
- marché de traiteur ;
- marché de produits d'épicerie générale et de boissons (5 lots) ;
- marché de location de véhicules avec chauffeurs ;
- marché de transport en taxi ;
- marché de gestion de la flotte automobile ;
- marché d'achat de carburant par carte accréditive ;
- marché de fournitures de bureau.

LA GESTION IMMOBILIÈRE ET LOGISTIQUE

Elle est assurée par le département des moyens généraux qui coordonne l'ensemble des activités concernant la gestion, l'entretien et la sécurité de l'immobilier du Conseil (services, installations, équipements). Celui-ci contribue à la réalisation des objectifs stratégiques du Conseil par la mise

à disposition de la meilleure infrastructure dans le cadre des budgets alloués. À ce titre, ses principales missions consistent à :

- effectuer un diagnostic des besoins (entretien et maintenance des bâtiments, mobilier et fournitures, traitement du courrier, sécurité et gardiennage, pool automobile...) ;
- veiller au respect de la politique immobilière décidée par les services compétents de l'État ;
- assurer une veille permanente sur les obligations du Conseil en liaison avec les autres services ;
- appréhender la stratégie globale de l'institution, notamment les objectifs de réduction des coûts ;
- négocier avec les fournisseurs les coûts globaux et les délais de paiement ;
- vérifier régulièrement le respect des engagements contractuels.

Les opérations d'archivage, d'inventaires physiques et de mutualisation des locaux pour les comités territoriaux de l'audiovisuel (CTA) se sont poursuivies tout au long de l'année 2014.

LA GESTION DES RESSOURCES HUMAINES

EMPLOIS

Fixé par la loi de finances, le plafond d'emplois pour le Conseil est de 284 équivalents temps plein travaillé (ETPT), en diminution de 6 unités par rapport à 2013. Au 31 décembre 2014, tous statuts confondus, les effectifs physiques du Conseil s'élevaient à 297 personnes (pour 306 au 31 décembre 2013).

Hors membres du collège (9), personnels mis à disposition (17) et effectifs de la présidence (13), les 258 agents sont des contractuels en CDI pour 58 %, des fonctionnaires en détachement pour 12 %, des agents contractuels en CDD de 3 ans renouvelable pour 27 % et des agents en contrat de renfort pour 3 %.

54 % des agents sont des femmes (55 % en 2013). La moyenne d'âge, qui s'établit à 45 ans et 10 mois, est légèrement plus élevée qu'en 2013 (45 ans et 3 mois).

37 stagiaires ont été accueillis dans les services (35 en 2012), principalement à la direction des programmes.

Il importe de souligner les démarches entreprises par le Conseil depuis 2008 pour répondre à l'obligation légale d'emploi d'agents en situation de handicap, en associant le médecin de prévention lors des campagnes de sensibilisation du personnel et en faisant un objectif fort, assigné à tous les directeurs lors des entretiens d'évaluation. Cette politique volontariste a permis une augmentation sensible du nombre d'agents en situation de handicap, passé de 3 en 2008 à 10,25 en 2014.

Évolution des moyens en personnel du CSA depuis 1998

	Emplois budgétaires			Personnels mis à disposition contre remboursement			Total général
	Emplois de titulaires	Emplois de contractuels	Total	Par TDF	Autres	Total	
1998	11	210	221	39	16	55	276
1999	11	210	221	41	16	57	278
2000	11	210	221	47	16	63	284
2001	11	212	223	46	16	62	285
2002	11	212	223	46	16	62	285
2003	11	214	225	46	16	62	287
2004	11	259	270	0	20	20	290
2005	11	259	270	0	20	20	290

Plafond d'emplois autorisé en ETPT*

2006	-	-	270,24	-	19	19	289,24
2007	-	-	270,24	-	19	19	289,24
2008	-	-	282,84	-	17	17	299,84
2009	-	-	283	-	17	17	300
2010	-	-	293		17	17	310
2011	-	-	293		17	17	310
2012	-	-	293		17	17	310
2013	-	-	290		18	18	308
2014	-	-	284		17	17	297

* Depuis le 1^{er} janvier 2006, la notion d'équivalent temps plein travaillé s'est substituée à celle d'emploi budgétaire en application de la loi du 1^{er} août 2001 relative aux lois de finances.

DIALOGUE SOCIAL

En 2014, les réunions des instances de concertation ont été réunies à 14 reprises.

Par ailleurs, le directeur général a reçu à plusieurs reprises les organisations syndicales, notamment dans le cadre de la réorganisation interne des services.

PRESTATIONS SOCIALES

Le Conseil a poursuivi sa politique en faveur d'une offre renouvelée de prestations sociales proposée aux agents, en participant notamment au financement de chèques cadeaux, de chèques emploi service universel (CESU) et du restaurant interentreprises (RIE).

FORMATIONS

L'année 2014 a été marquée la réalisation d'un audit concernant les besoins de formation des services du Conseil, afin de vérifier la pertinence des actions proposées au plan de formation avec les missions du Conseil. De nombreux acteurs (directeurs, représentants du personnel) ont ainsi été interviewés et les conclusions de cet audit, présentées au comité technique de proximité, ont permis de bâtir un plan de formation 2014/2015 recentré sur les actions de professionnalisation des agents dans le cœur de métier du Conseil.

Le plan de formation n'ayant pu être mis en œuvre qu'à partir de l'automne, le nombre de jours de stages de formation réalisés en 2014 (301) et le nombre d'agents ayant participé à des actions de formation (84) ne peuvent être comparés à ceux de 2013 (respectivement 590 jours et 163 agents).

MÉDECINE DE PRÉVENTION

L'institution a mis en place en interne sa propre structure de médecine de prévention dans le cadre d'une convention conclue avec l'Association française de médecine de prévention (AFMP) en mars 2012. Le médecin délégué par l'AFMP exerce une activité de surveillance médicale des agents et assure une mission de conseil auprès de la direction. Le médecin de prévention procède de manière systématique à la visite des locaux de chaque direction et participe au groupe de travail « Environnement de travail et risques psychosociaux ».

LABEL DIVERSITÉ

Un audit de la cellule Diversité du Conseil a été réalisé par M. Prince, délégué ministériel de la diversité au sein du ministère des Finances.

Cet audit a permis de mettre en lumière des motifs de satisfaction (exigence de confidentialité parfaitement respectée, consensus des positions adoptées par la cellule), mais aussi des points d'amélioration possible concernant certains éléments de l'organisation ou du fonctionnement de la cellule. Des propositions seront faites au groupe de suivi Diversité au cours de l'année 2015.

Le groupe de suivi Diversité s'est réuni le 24 novembre 2014, notamment afin de réactiver un programme d'actions destiné à faire vivre la diversité au Conseil, dans la perspective de l'audit à mi-parcours qui doit être réalisé par l'AFNOR en 2015.

La cérémonie de remise officielle du label Diversité a eu lieu le 12 novembre 2014 ; c'est M. François Rebsamen, ministre du Travail, de l'Emploi, de la Formation professionnelle et du Dialogue social, qui l'a remis aux représentants du Conseil.

LES COMITÉS TERRITORIAUX DE L'AUDIOVISUEL

Les comités territoriaux de l'audiovisuel (CTA), au nombre de douze en métropole et quatre outre-mer, sont dotés d'une compétence consultative auprès du Conseil, notamment dans le cadre de l'examen des dossiers lors des appels à candidatures pour les radios ou les télévisions locales, et d'une compétence décisionnelle dans les conditions fixées par le décret n° 2011-732 du 24 juin 2011 relatifs aux comités techniques prévu à l'article 29-3 de la loi du 30 septembre 1986.

De janvier à fin octobre 2014, les CTA de métropole et des territoires ultra-marins ont adopté 575 décisions, dont 43 reconductibilités, 47 reconductions, 182 modifications non techniques, 199 autorisations temporaires, 104 modifications techniques et codes RDS. 98,8 % de ces décisions sont devenues exécutoires sans intervention du Conseil qui a évoqué seulement 7 décisions des CTA.

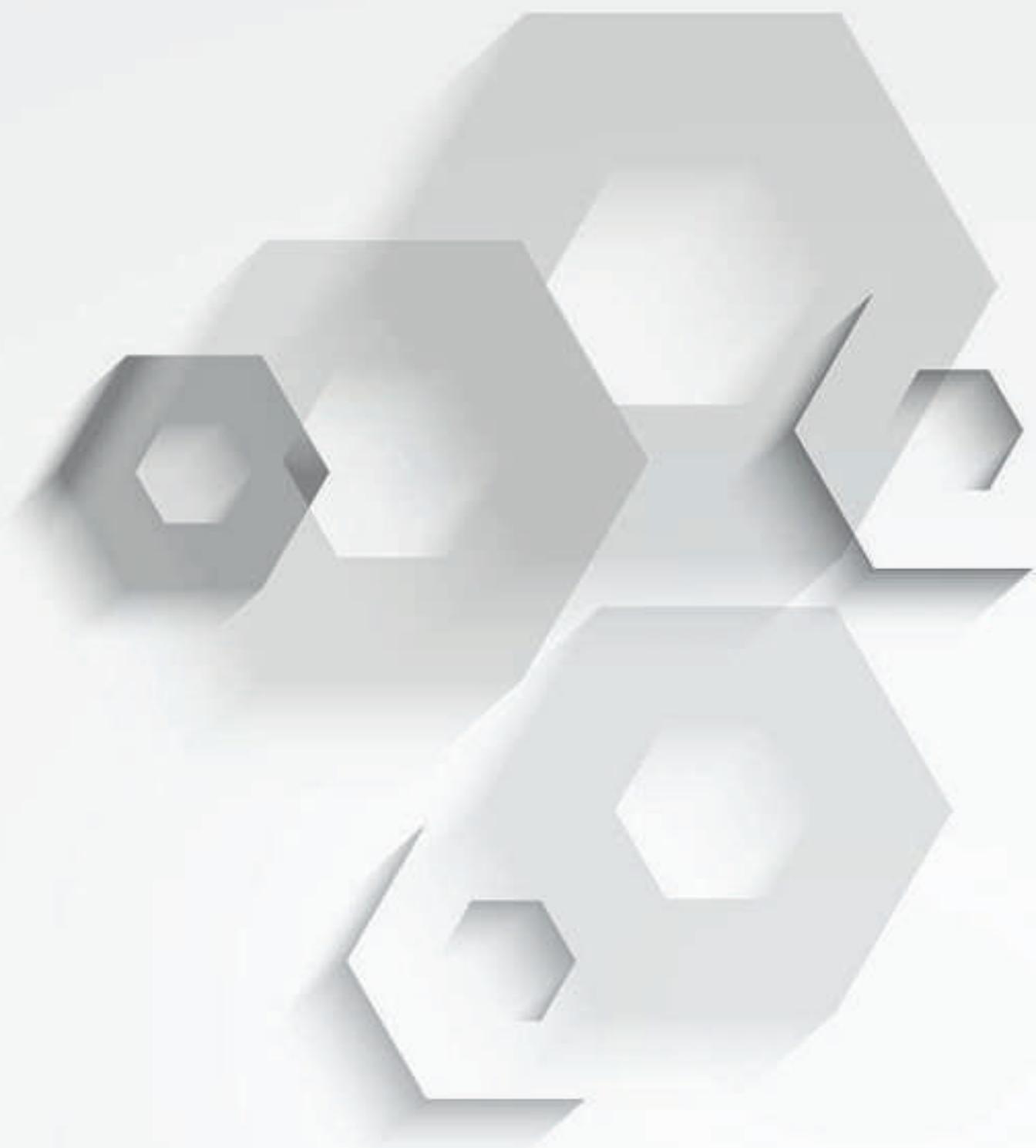
Le 20 juin et le 4 décembre 2014, deux réunions des présidents, secrétaires généraux et attachés techniques audiovisuels des CTA ont permis des échanges avec les services du siège sur les missions des comités, la mise en œuvre de leurs compétences décisionnelles, l'actualité du Conseil en matière de radio analogique et numérique ainsi que de télévisions locales, et les campagnes électorales en 2015. Des échanges sur la communication des actions des CTA ont également eu lieu ainsi qu'un point sur la procédure de sanction rénovée.

En 2014, des opérations de mutualisation des locaux avec l'État ont été effectuées pour les CTA de Caen, de Dijon et de Toulouse.

LA DÉSIGNATION DU RAPPORTEUR INDÉPENDANT

Saisi par le vice-président du Conseil d'État en application de l'article 42-7 de la loi du 30 septembre 1986, sur la nomination de M. Régis Fraisse, conseiller d'État, en tant que rapporteur chargé de l'engagement des poursuites et de l'instruction préalable au prononcé des sanctions du Conseil, ce dernier a émis, le 8 janvier 2014, un avis favorable au projet de nomination qui lui était soumis. Le Conseil a également approuvé un projet de convention concernant la mise à disposition des moyens nécessaires à l'accomplissement de ses missions.

En conséquence, le vice-président du Conseil d'État a décidé, par arrêté en date du 23 janvier 2014, de nommer M. Régis Fraisse dans cette fonction.





ANNEXES

ANNEXE 1

COMPOSITION ET ACTIVITÉ DU CSA

LA COMPOSITION DU COLLÈGE

Jusqu'au 23 janvier 2015, le Conseil supérieur de l'audiovisuel était composé de M. Olivier Schrameck, président, M. Emmanuel Gabla, M^{me} Christine Kelly, M^{me} Françoise Laborde, M. Patrice Gélinet, M. Nicolas About, M^{me} Francine Mariani-Ducray, M^{me} Mémona Hintermann-Afféjee et M^{me} Sylvie Pierre-Brossolette.

La loi du 15 novembre 2013 relative à l'indépendance de l'audiovisuel public a modifié la composition et le mode de désignation des membres du collège du CSA. Celui-ci va être progressivement réduit à sept membres. Trois seront désignés par le président de l'Assemblée nationale et trois par le président du Sénat. Dans chaque assemblée parlementaire, les conseillers seront désignés après avis conforme de la commission permanente chargée des affaires culturelles à la majorité des trois cinquièmes des suffrages exprimés. Ces nominations devront concourir à une représentation paritaire des femmes et des hommes. Le président du CSA sera nommé par le Président de la République. À l'exception de son président, le Collège sera renouvelé par tiers tous les deux ans.

Le renouvellement partiel du Conseil est intervenu le 24 janvier 2015 prenant en compte les nouvelles dispositions de la loi du 15 novembre 2013. Le Conseil a ainsi été réduit à huit membres, désignés selon la nouvelle procédure mise en place par la loi.

Ainsi, au cours de sa réunion du mercredi 14 janvier 2015, la Commission des affaires culturelles de l'Assemblée nationale a procédé à l'audition de M^{me} Nathalie Sonnac, dont la nomination était envisagée par son président, M. Claude Bartolone. La commission s'est ensuite prononcée par un vote sur cette nomination. À l'unanimité, avec 36 voix pour, la Commission a donné un avis conforme à la désignation de M^{me} Nathalie Sonnac.

Par ailleurs, au cours de sa réunion du mercredi 14 janvier 2015, la Commission de la culture, de l'éducation et de la communication du Sénat a procédé de la même manière à l'audition de M. Nicolas Curien, dont la nomination était envisagée par son président, M. Gérard Larcher. À la suite des résultats du vote (47 pour, 1 contre, 5 abstentions), la Commission a donné un avis conforme à la désignation de M. Nicolas Curien.

Les deux nouveaux conseillers ont été nommés par décret du Président de la République en date du 26 janvier 2015.

L'ACTIVITÉ DU CONSEIL

LES RÉUNIONS DU COLLÈGE

Le Conseil tient une réunion du Collège plénier chaque mercredi, à laquelle s'ajoutent, en tant que de besoin, des séances supplémentaires. C'est au cours de ces réunions, au nombre de 58 en 2014, que sont adoptés les avis, décisions, délibérations et recommandations du Conseil. Plus de 1 200 dossiers ont été ainsi examinés tout au long de l'année.

L'autorité de régulation de l'audiovisuel procède également à des auditions en collège plénier. Si certaines d'entre elles sont expressément prévues par la loi du 30 septembre 1986 - auditions publiques des opérateurs de services de télévision dans le cadre des appels à candidatures ou de la reconduction de leurs autorisations, procédures de sanction ou de règlement de différends - les autres participent de la volonté de concertation et de transparence du Conseil. Elles contribuent à nourrir et enrichir la réflexion du Collège sur les questions dont il a à connaître. Le Conseil a ainsi procédé à près d'une trentaine d'auditions en séance plénière au cours de l'année 2014.

L'ORGANISATION DES DIFFÉRENTS GROUPES DE TRAVAIL

Les réunions régulières des groupes de travail auxquelles participent plusieurs membres du Collège sont au cœur du processus d'élaboration des décisions du CSA. Ces groupes de travail rassemblent les principaux domaines d'activité du Conseil. Chaque membre assume, à titre de président ou de vice-président, la responsabilité d'un ou de plusieurs d'entre eux, avec pour mission d'instruire, en liaison avec les services, les questions relevant de son domaine, d'en être le rapporteur devant le Collège et l'interlocuteur privilégié vis-à-vis de l'extérieur. Ces groupes sont également le lieu de nombreuses auditions des opérateurs. Plus de 530 réunions de groupes de travail se sont tenues au cours de l'année 2014.

Depuis le 26 janvier 2015, cette répartition des responsabilités s'effectue dans le cadre de dix-neuf groupes de travail.

• Affaires internationales

Présidente : Mémona Hintermann-Afféjee
Vice-présidente : Nathalie Sonnac

• Diversité

Présidente : Mémona Hintermann-Afféjee
Vice-président : Nicolas About

• Création, production audiovisuelle et cinématographique, musique et évolution des programmes

Présidente : Francine Mariani-Ducray
Vice-présidente : Nathalie Sonnac

• Droits des femmes

Présidente : Sylvie Pierre-Brossolette
Vice-présidente : Francine Mariani-Ducray

• Économie de l'audiovisuel et affaires européennes

Présidente : Nathalie Sonnac
Vice-président : Nicolas Curien

• **Gestion des fréquences hertziennes**

Président : Nicolas Curien

Vice-président : Nicolas About

• **Jeunesse et éducation**

Présidente : Mémona Hintermann-Afféjee

Vice-présidente : Nathalie Sonnac

• **Langue française et francophonie**

Président : Patrice Gélinet

Vice-président : Nicolas Curien

• **Outre-mer**

Président : Patrice Gélinet

Vice-présidente : Sylvie Pierre-Brossolette

• **Pluralisme et vie associative**

Présidente : Francine Mariani-Ducray

Vice-présidente : Sylvie Pierre-Brossolette

• **Protection des consommateurs**

Président : Nicolas About

Vice-président : Patrice Gélinet

• **Radio analogique et numérique**

Président : Patrice Gélinet

Vice-président : Nicolas Curien

• **Respect des droits et libertés**

Président : Nicolas About

Vice-présidente : Mémona Hintermann-Afféjee

• **Services audiovisuels numériques, distribution, accessibilité et prospective**

Président : Nicolas Curien

Vice-présidents : Nicolas About et Nathalie Sonnac

• **Sport**

Présidente : Nathalie Sonnac

Vice-présidente : Mémona Hintermann-Afféjee

• **Télévisions locales**

Président : Nicolas About

Vice-présidente : Nathalie Sonnac

• **Télévision nationale publique et INA**

Président : Sylvie Pierre-Brossolette

Vice-président : Nicolas Curien

LES AUDITIONS EN SÉANCE PLÉNIÈRE DU CONSEIL EN 2014

MARS

19 mars

- Audition du SIRTI, dans le cadre du recours gracieux à l'encontre de la délibération du Conseil du 11 décembre 2013 : M. Philippe GAULT, accompagnés de MM. Mathieu QUETEL, vice-président, Tarek MAMI, secrétaire national, et Kevin MOIGNOUX, chargé de mission pour les relations institutionnelles.

AVRIL

2 avril

- Audition de M. René BONNELL, auteur d'un rapport sur le financement de la production et de la distribution cinématographiques à l'heure du numérique.

9 avril

- Auditions publiques des candidats déclarés recevables dans le cadre d'un appel à candidatures du 24 juillet 2013 à Perpignan.

La société TVSud PO pour le projet TVSud PO :

- M^{me} Sylvie GRIMM, dirigeante de la société Profil TV ;
- M. Philippe CAMPA, directeur délégué de *L'Indépendant* ;
- M. Pierre-Paul CASTELLI, directeur de l'information Télé Miroir ;
- M. Christophe MUSSET, président Groupe Médias du Sud.

L'association Côté PO pour le projet Côté PO :

- M. Géraldine CLAUDEL, membre fondateur et journaliste ;
- M^{me} Stéphanie JAEGER, membre fondateur, éditrice, auteure et animatrice.

22 avril

- Auditions publiques des sociétés Canal 32, TV7 Bordeaux, TV8 Mont Blanc, Clermontoise de Télévision et Télé Miroir Services dans le cadre de la reconductibilité hors appel à candidatures des autorisations accordées aux services Canal 32, TV7 Bordeaux, TV8 Mont Blanc, iC1 et TV Sud Camargue-Cévennes.

La société Canal 32 :

- M. Fabrice SCHLOSSER, directeur et président de Canal 32 ;
- M. François LE SACHE, président du conseil de surveillance de Canal 32.

La société TV7 Bordeaux :

- M. Olivier GEROLAMI, président du directoire du Groupe Sud-Ouest et PDG de TV7 Bordeaux ;
- M. Thierry GUILLEMOT, journaliste, directeur d'antenne de TV7 Bordeaux.

La société Clermontoise de télévision :

- M. Gilles CREMILLIEUX, président de la société Clermontoise de télévision ;
- M. Raphaël POUGHON, directeur délégué d'iC1.

La société TV8 Mont-Blanc :

- M. Gérard DEBRINAY, président ;
- M. Didier FLAENDER, directeur général.

La société Télé Miroir Services :

- M. Christophe MUSSET, président.

24 avril

- Auditions publiques de l'association Télé Kréol et de la société Zouk Multimédia dans le cadre de la reconductibilité hors appel à candidatures des autorisations accordées à Kréol TV et Zouk TV.

L'association Télé Kréol :

- M. David AIPAR, trésorier de Kréol TV.

La société Multimedia SARL :

- M. Emmanuel GRANIER, gérant de la chaîne Zouk TV.

MAI

7 mai

- Audition publique du groupe TF1 (demande de passage en TNT gratuite de la chaîne payante LCI) : M. Nonce PAOLINI, président du groupe TF1, M^{me} Catherine NAYL, directrice générale adjointe en charge de l'information de TF1, M. Eric REVEL, directeur général de LCI, et M. Eric JAOUEN, secrétaire général de l'information du groupe TF1.

19 mai

- Audition publique du groupe M6 (demande de passage en TNT gratuite de la chaîne Paris Première) : M. Nicolas de TAVERNOST, président du Directoire du groupe M6, M. Jérôme BUREAU, président de Paris Première, M^{me} Anaïs BOUTON, directrice des programmes de Paris Première, et M^{me} Pascale CHABERT, directrice adjointe de la stratégie du groupe M6.

JUIN

3 juin

- Audition du groupe Canal+ (demande de passage en TNT gratuite de la chaîne Planète+) : M. Bertrand MEHEUT, président de Groupe Canal+, M. Rodolphe BELMER, directeur général de Groupe Canal+, M. Laurent VALLEE, secrétaire général de Groupe Canal+ et M^{me} Christine CAUQUELIN, directrice des chaînes thématiques Découverte de Groupe Canal+.

JUILLET

2 juillet

- Auditions publiques des sociétés Le Mans Télévision et TéléGrenoble dans le cadre de la reconductibilité hors appel à candidatures des autorisations accordées à LM TV Sarthe et TéléGrenoble.

La société TéléGrenoble :

- M. Gérard BALTHAZARD, président de la société TéléGrenoble ;
- M. Éric PIOLLE, maire de Grenoble.

La société Le Mans Télévision :

- M. Pascal BRULON, directeur des programmes et du développement ;
- M. Gérard GIRAUDET, directeur administratif et technique ;
- M. Michel LELIEVRE, président directeur général du Groupe Lelièvre ;
- M. Jean-Claude BRIANT, président directeur général Etoile du Maine.

15 juillet

- Audition des représentants de la société France Télévisions (rapport d'activité 2013 et perspectives d'évolution) : M. Rémy PFLIMLIN, président, en présence de M. Christian VION, directeur général, M. Fabrice LACROIX, directeur général délégué aux ressources, M. Patrice PAPET, directeur général délégué à l'organisation, aux ressources humaines et au projet d'entreprise, M. Bruno PATINO, directeur général délégué aux programmes, aux antennes et aux développements numériques, M. Thierry THUILLIER, directeur général délégué à l'information de France Télévisions et directeur de l'antenne des programmes de France 2, M. Michel KOPS, directeur du réseau des Outre-mer 1^{ère}, M. François GUILBEAU, directeur du réseau France 3, M^{me} Anne GRAND D'ESNON, directrice de la réglementation, de la déontologie et du pluralisme, M^{me} Tiphaine de RAGUENEL, directrice de l'antenne et des programmes de France 4, M^{me} Marie-Anne BERNARD, directrice responsabilité sociétale et environnementale, M^{me} Juliette ROSSET-CAILLET, responsable des affaires publiques et M^{me} Mathilde MICHEL, secrétaire générale des programmes.

SEPTEMBRE

17 septembre

- Audition des salariés de LCI : M. Dominique BLANCHARD, journaliste au service des sports TF1-LCI, M^{me} Marianne KOTTENHOFF, présentatrice de LCI, M. Cédric INGRAND, chroniqueur nouvelles technologies de LCI, M. Emmanuel RAOUL, journaliste de LCI, M. Laurent FRIDMAN, ingénieur du son de TF1-LCI, et M^{me} Hélène LECOMTE, journaliste au service police-justice de TF1-LCI.

24 septembre

- Audition de M. Rémy PFLIMLIN, président de France Télévisions, afin de l'interroger sur son bilan de quatre années de mandature.

NOVEMBRE

12 novembre

- Audition des représentants du groupe Lagardère (rapport d'activité 2013 et perspectives

d'évolution) : M. Denis OLIVENNES, président du Directoire de Lagardère Active, M. Richard LENORMAND, directeur général du Pôle Radio-TV de Lagardère Active, M^{me} Anne FAUCONNIER, secrétaire général du Pôle Radio-TV de Lagardère Active, et M^{me} Cécile DURAND, directrice des affaires réglementaires et des relations institutionnelles, secrétariat général, pôle Radio-TV de Lagardère Active.

19 novembre

- Audition des représentants de la société NextRadioTV (rapport d'activité 2013 et perspectives d'évolution) : M. Alain WEILL, président de NextRadioTV, M. Frank LANOUX, directeur délégué de NextRadioTV, directeur général de RMC, vice-président de RMC Découverte, M. Guillaume DUBOIS, directeur général de BFMTV, vice-président de BFM Business, M. Hervé BEROUD, directeur de l'information de BFMTV, M. Jean-Michel SALVATOR, directeur général adjoint de BFM Business et directeur de la rédaction de BFM Business, M. Aurélien POZZANA et M^{me} Elsa MEYER, conseils de NextRadioTV.

26 novembre

- Audition des représentants de la société Radio France (rapport d'activité 2013 et perspectives d'évolution) : M. Mathieu GALLET, président directeur-général de Radio France, M^{me} Catherine SUEUR, directrice générale déléguée de Radio France, M. Frédéric SCHLESINGER, directeur délégué aux antennes de Radio France, M. Serge SCHICK, directeur délégué au développement et au marketing de Radio France, M. Jean-Michel KANDIN, directeur général adjoint en charge des techniques et technologies nouvelles de Radio France, et M^{me} Bérénice RAVACHE, secrétaire générale de Radio France.

DÉCEMBRE

3 décembre

- Audition des représentants de la société Groupe Canal+ (rapport d'activité 2013 et perspectives d'évolution) : M. Bertrand MEHEUT, président du directoire du groupe Canal+, M. Rodolphe BELMER, directeur général du groupe Canal+, M. Laurent VALLEE, secrétaire général du groupe Canal+, et M^{me} Pascaline GINESTE, directrice des affaires réglementaires et européennes.
- Audition des représentants de la société Free : M. Xavier NIEL, président directeur-général d'ILLIAD, et M. Maxime LOMBARDINI, directeur général d'ILLIAD.

10 décembre

- Audition des représentants de la société Groupe TF1 (rapport d'activité 2013 et perspectives d'évolution) : M. Nonce PAOLINI, président directeur-général du Groupe TF1, M. Jean-Michel COUNILLON, secrétaire général, M^{me} Catherine NAYL, directrice générale de l'information de TF1, M. Jean-François LANCELIER, directeur général des antennes et des programmes de TF1, et M^{me} Nathalie LASNON, directrice adjointe réglementation et concurrence de TF1.

11 décembre

- Audition des représentants de la société Groupe M6 (rapport d'activité 2013 et perspectives d'évolution) : M. Nicolas de TAVERNOST, président du Directoire du groupe M6, M. Thomas VALENTIN, vice-président du Directoire, directeur général des antennes et des contenus du groupe M6, M^{me} Bibiane GODFROID, directrice générale des programmes de M6, M^{me} Karine BLOUËT, secrétaire générale de M6, et M. Jérôme FOUQUERAY, directeur général de W9.

18 décembre

- Audition des représentants de la société France Médias Monde (rapport d'activité 2013 et perspectives d'évolution) : M^{me} Marie-Christine SARAGOSSE, présidente de France médias Monde, M. Victor ROCARIES, directeur général délégué, M^{me} Cécile MEGIE, directrice de RFI, M. Marc SAIKALI, directeur de France 24, M^{me} Souad EL TAYEB, directrice de Monte Carlo Doualiya, et M^{me} Geneviève GOËTZINGER, directrice des relations institutionnelles de France Médias Monde.

ANNEXE 2

LES DATES CLÉS DU CSA EN 2014

Janvier

16 janvier

Intervention d'Olivier Schrameck devant la Commission de la culture, de l'éducation et de la communication du Sénat, qui évoque notamment le recours aux instruments de droit souple, mieux adaptés que la réglementation et la sanction aux caractéristiques de l'univers numérique.

21 janvier

Arrivée des six nouvelles chaînes en haute définition de la TNT dans les régions Poitou-Charentes, Limousin et Centre. Emmanuel Gabla, président du groupe de travail « Ressources et technologies de la télévision numérique », a tenu à ce sujet une conférence de presse à Poitiers le 13 janvier.

22 janvier

Canal+ est mise en demeure à la suite de la diffusion de l'émission *Le Débarquement 2*, le 20 décembre 2013, au cours de laquelle des propos humoristiques ont été tenus en référence au génocide rwandais.

23 janvier

Publication des résultats de la 7^e vague du baromètre de la diversité à la télévision. Ils montrent une plus grande présence sur les écrans de la catégorie « Employés et ouvriers » et une meilleure représentation à l'antenne de la diversité des origines.

24 janvier

Olivier Schrameck se rend au Festival international de la production audiovisuelle (FIPA) à Biarritz. Il intervient lors d'une table ronde consacrée à la régulation et au financement de la création audiovisuelle sur internet.

Février

1^{er} février

Première journée internationale des 24 heures du sport féminin dans les médias. À l'initiative de Christine Kelly, présidente de la mission « Sport », télévisions et radios se mobilisent pour mettre en valeur le sport féminin sur leur antenne.

3 février

La Commission européenne décide de la création de l'European Regulators Group for Audiovisual Media Services (ERGA), qui réunit les dirigeants des autorités de régulation audiovisuelle des vingt-huit États membres de l'Union européenne. Cette décision s'inscrit dans la continuité de la réunion, organisée par le CSA en septembre 2013, de plusieurs présidents d'autorités de régulation européennes dans la perspective d'une coopération.

11 février

Signature de la première charte pour la formation et l'insertion des personnes handicapées dans le secteur audiovisuel. En présence de M^{me} Marie-Arlette Carlotti, ministre déléguée chargée des Personnes handicapées et de la Lutte contre l'exclusion, télévisions, radios, sociétés audiovisuelles, responsables d'écoles de journalisme et de cinéma ainsi que du monde associatif signent cette charte, préparée par Mémona Hintermann-Afféjee et Nicolas About, respectivement présidente et vice-présidente du groupe de travail « Diversité ».

12 février

Le Conseil rend publique la liste des candidats qu'il a décidé d'auditionner dans le cadre de la nomination à la présidence de Radio France. Six candidats seront entendus par le Collège le 25 février.

27 février

Le Conseil nomme, à l'unanimité, Mathieu Gallet à la présidence de Radio France, pour une durée de cinq ans à compter du 12 mai 2014.

Mars

4 mars

Olivier Schrameck est élu président de l'ERGA, la présidente et le président des autorités des Pays-Bas et de Pologne sont élus respectivement vice-présidente et vice-président. Leur mandat prendra fin en décembre 2015.

12 mars

Saisi par les chaînes payantes LCI, Paris Première et Planète + de demandes de modification de leurs modalités de financement pour être diffusées en mode gratuit, le Conseil décide des procédures d'examen : instruction de la demande, étude d'impact, audition publique des responsables, audition des tiers.

20 mars

Publication des résultats de la deuxième vague du baromètre de perception de la qualité des programmes par le grand public. Dans l'ensemble orientés à la baisse, ils reflètent une certaine morosité de l'opinion des téléspectateurs et des auditeurs.

27 mars

Olivier Schrameck intervient devant la Commission nationale consultative des droits de l'homme. Il y souligne que la régulation des communications audiovisuelles doit être associée pleinement au renforcement des droits des citoyens dans la sphère numérique.

Avril

2 avril

Le Conseil nomme plusieurs administrateurs aux conseils d'administration de Radio France et de France Télévisions. M^{me} Frédérique Pfrunder, représentante de l'association Consommation, logement, cadre de vie (CLCV), est nommée au conseil d'administration de Radio France. M^{me} Chantal Jannet, représentante de l'Union nationale des associations familiales (UNAF), M^{me} Martine Viallet, directrice régionale des finances publiques, et M. Didier Banquy, inspecteur général des finances, sont nommés au conseil d'administration de France Télévisions.

7 avril

Olivier Schrameck inaugure le MIP TV 2014 à Cannes. Il y relève notamment les défis posés aux régulateurs par l'impact du Big Data, cet ensemble de données numériques, personnelles ou collectives, issues de l'usage d'internet.

8 avril

Arrivée des six nouvelles chaînes en haute définition de la TNT dans les régions Auvergne, Languedoc-Roussillon, Champagne-Ardenne et Picardie. Emmanuel Gabla a tenu à ce sujet deux conférences de presse, l'une à Reims le 1^{er} avril et l'autre à Clermont-Ferrand le 3 avril.

10 avril

Décès de Dominique Baudis, président du CSA entre 2001 et 2007. Le Conseil lui rend hommage, saluant un président qui avait porté, « *avec conviction et détermination, les évolutions majeures du secteur, en particulier le lancement de la télévision numérique terrestre* ».

29 avril

Audition d'Olivier Schrameck par le Sénat, à l'occasion de la publication du rapport annuel du Conseil.

25 avril

Première réunion élargie du groupe de travail « Droits des femmes » présidé par Sylvie Pierre-Brossolette, avec les responsables des chaînes de télévision.

Mai

6 mai

Audition d'Olivier Schrameck par l'Assemblée nationale, à l'occasion de la publication du rapport annuel du Conseil.

7 mai

Audition publique des dirigeants de la chaîne LCI, dans le cadre de leur demande de passage en TNT gratuite.

15 mai

Publication du rapport du Conseil sur la concentration du média radiophonique. Ce rapport, remis au Parlement, a pour objet d'évaluer l'efficacité du dispositif actuel de régulation de la concentration du média radiophonique et de présenter un éventail de propositions d'évolution.

19 mai

Audition publique des dirigeants de la chaîne Paris Première, dans le cadre de leur demande de passage en TNT gratuite.

21 mai

Plusieurs mises en garde sont adressées à des radios et à des télévisions, en raison de déséquilibres marqués dans la répartition des temps de parole des personnalités politiques dans le cadre de la campagne pour l'élection des représentants au Parlement européen.

23 mai

Le Conseil publie son quatrième rapport sur la représentation de la diversité de la société française à la radio et à la télévision. Ce rapport, remis au Parlement, propose des mesures pour mieux incarner la diversité dans tous les genres de programmes, ainsi que des préconisations pour définir des instruments juridiques aptes à mieux appréhender la réalité de la société française.

Juin

3 juin

Audition publique des dirigeants de la chaîne Planète +, dans le cadre de leur demande de passage en TNT gratuite.

10 juin

Arrivée des six nouvelles chaînes en haute définition de la TNT dans les régions Franche-Comté, Bourgogne, Rhône-Alpes et la partie de la région Champagne-Ardenne non encore couverte. Emmanuel Gabla a tenu à ce sujet une conférence de presse à Besançon le 26 mai.

19 juin

Le Conseil publie une étude sur les pratiques médias des 13-24 ans. Sous la conduite de Françoise Laborde et de Francine Mariani-Ducray, la commission de réflexion sur l'évolution des programmes du Conseil a mené une réflexion qui fait ressortir notamment le suréquipement du jeune public, ainsi que leurs usages mobiles et « communautaires ».

19 et 20 juin

Olivier Schrameck se rend à Bordeaux, pour rencontrer les membres du comité territorial de l'audiovisuel de Bordeaux ainsi que leurs collaborateurs. Il est également reçu par Alain Juppé, maire de Bordeaux, et par Alain Rousset, président du conseil régional d'Aquitaine.

20 juin

Démarrage de la radio numérique terrestre à Paris, Marseille et Nice. La quasi-totalité des programmes diffusés le sont selon la norme DAB+. Patrice Gélinet, président du groupe de travail « Radio analogique et numérique », annonce un mois plus tard la publication, d'ici quelques mois, d'un rapport global sur la radio numérique terrestre.

24 juin

Audition d'Olivier Schrameck devant la Commission des affaires européennes de l'Assemblée nationale. Il y expose notamment l'urgence d'adapter le cadre juridique européen aux mutations technologiques actuelles du secteur audiovisuel, l'une des tâches que s'est fixée l'ERGA.

Présentation de la deuxième vague d'étude de l'observatoire de l'équipement des foyers, présidé par Emmanuel Gabla. Fin 2013, trois foyers sur dix sont équipés d'une tablette tactile et près de 56 % des plus de 15 ans disposent d'un ordiphone.

27 juin

Le Conseil publie un guide indicatif des critères communs aux médias audiovisuels pour promouvoir des associations ou des fondations à l'antenne. Rédigé par la mission « Associations » présidée par Sylvie Pierre-Brossolette, il a pour vocation d'orienter les associations dans leur démarche d'accès aux antennes des médias audiovisuels, afin de faciliter et de rendre plus transparentes leurs relations mutuelles.

Juillet

3 juillet

Le Conseil remet au Parlement un rapport sur l'intensité sonore à la télévision. Une campagne réalisée par le CSA mesure les efforts faits par les chaînes de la TNT pour se conformer à ses préconisations. Certaines chaînes étrangères ou musicales diffusées sur les réseaux satellite, câble ou ADSL peuvent en revanche atteindre des valeurs moyennes très différentes.

4 juillet

Le Conseil exprime sa profonde tristesse à l'annonce du décès soudain du journaliste Benoît Duquesne.

9 juillet

Le Conseil publie trois études sur les stéréotypes féminins véhiculés par certains programmes de fiction, de divertissement et d'animation. Elles ont été pilotées par Sylvie Pierre-Brossolette dans la perspective de la discussion au Parlement du projet de loi pour l'égalité réelle entre les femmes et les hommes qui confie au Conseil la mission de veiller à l'image des femmes dans les programmes audiovisuels.

14 juillet

Répondant à la suggestion de Mémona Hintermann-Afféjee, les grandes chaînes de télévision diffusent pour la deuxième année consécutive, le jour de la fête nationale, des messages qui mettent en valeur la diversité de la société française, sur le thème « *Nous sommes la France* ».

29 juillet

Le Conseil décide de ne pas réservé une suite favorable aux demandes de passage sur la TNT gratuite des chaînes LCI, Paris Première et Planète+. Il publie sur son site internet ses décisions motivées ainsi que les études d'impact qu'il a menées au préalable.

Septembre

8 septembre

Le Conseil publie des rapports sur les scrutins du premier semestre (élection des conseillers municipaux et communautaires, élection des membres du congrès et des assemblées de province de la Nouvelle-Calédonie, élection des représentants au Parlement européen) et ouvre, sous la conduite de Francine Mariani-Ducray, un cycle de réflexion sur le principe de pluralisme politique dans les médias audiovisuels en période électorale.

10 septembre

Création d'un observatoire dans le cadre du groupe de travail « Audiovisuel et éducation », que préside Mémona Hintermann-Afféjee. Composé de vingt personnalités du monde de l'éducation et des médias, sa présidente d'honneur est M^{me} Hélène Carrère d'Encausse, Secrétaire perpétuel de l'Académie française.

23 septembre

Arrivée des six nouvelles chaînes en haute définition de la TNT dans la région Languedoc-Roussillon, dans les départements de l'Aveyron, du Tarn et de l'Ariège. Emmanuel Gabla a tenu à ce sujet une conférence de presse à Montpellier le 16 septembre.

Octobre

1^{er} octobre

M. Frédéric Lenica, maître des requêtes au Conseil d'État, est nommé directeur général du CSA. Il succède à Marc El Nouchi, conseiller d'État.

2 octobre

Le Conseil organise un séminaire sur « l'audiovisuel, enjeu économique ». Ouvert par M^{me} Fleur Pellerin, ministre de la Culture et de la Communication, il est conclu par le Président de la République. Deux tables rondes ont structuré les débats : la première sur les enjeux économiques actuels et futurs de l'audiovisuel, la seconde sur la fonction économique de la régulation.

6 et 7 octobre

Francine Mariani-Ducray participe, à Vienne (Autriche), au Forum des régulateurs internationaux (ICC), sur le financement de la création dans un monde convergé.

8-10 octobre

Emmanuel Gabla se rend à Tbilissi (Géorgie) pour la 40^e réunion de la plate-forme européenne des autorités de régulation audiovisuelle (EPRA), qui définit la nature des relations entre l'EPRA et l'ERGA.

21 octobre

À cours de sa deuxième réunion, à Bruxelles, l'ERGA obtient ses premiers résultats opérationnels dans le domaine de l'indépendance des régulateurs, de la protection des mineurs et du champ d'application de la directive Services de médias audiovisuels, et adopte son programme de travail pour l'année 2015. Le groupe publie une déclaration sur l'indépendance des autorités de régulation nationales dans le secteur audiovisuel.

Arrivée des six nouvelles chaînes en haute définition de la TNT dans les départements du Haut-Rhin et des Vosges. Emmanuel Gabla a tenu à ce sujet une conférence de presse à Mulhouse le 13 octobre.

27 et 28 octobre

Séminaire du Réseau francophone des régulateurs des médias à Rabat (Maroc), sur l'égalité homme-femme.

30 octobre

Le Conseil adopte une nouvelle délibération relative au droit aux brefs extraits de compétitions sportives, élaborée à la suite d'une concertation pilotée par Christine Kelly. Elle traduit le souci du

Conseil d'assurer un point d'équilibre entre intérêt du public, respect de la liberté éditoriale des télévisions et protection de la valeur des droits d'exploitation des compétitions, tout en garantissant les mécanismes de financement des activités sportives.

Novembre

10 et 11 novembre

Réunion du Réseau des instances de régulation méditerranéennes à Nouakchott (Mauritanie), sur la question de l'indépendance des régulateurs.

12 novembre

L'opérateur satellitaire Eutelsat est mis en demeure d'informer l'éditeur de la chaîne égyptienne Al Rafidaïn, destinée à la population irakienne, de la nécessité de se conformer aux articles 1^{er} et 15 de la loi du 30 septembre 1986 relatifs au respect de la dignité de la personne humaine.

19 novembre

Le Conseil met France 2 en demeure à la suite de l'émission *On n'est pas couché* du 1^{er} novembre 2014 au cours de laquelle la fausse information du décès de l'animatrice Soizic Corne a fait l'objet de plaisanteries collectives. De tels faits sont en contradiction avec les articles 1^{er} et 15 de la loi du 30 septembre 1986.

20 novembre

Début de la nouvelle campagne d'information pour la protection du jeune public. Elle est diffusée à la télévision, sur les services de médias audiovisuels à la demande et, pour la première fois, à la radio. Son slogan : « *À la radio comme à la télé, les contenus violents, on doit les éviter. Sinon, il faut en parler* ».

24 novembre

Olivier Schrameck et Jacques Toubon, Défenseur des Droits, signent une convention. Ce partenariat vise à favoriser l'échange d'informations et la mise en place d'actions communes, en vue de promouvoir les droits que les deux institutions ont pour responsabilité de protéger, de prévenir les discriminations et de contribuer à la protection du jeune public.

Décembre

2 décembre

Allocution d'Olivier Schrameck au Forum de Tokyo, organisé à Paris par l'Association française des éditeurs de logiciels et solutions internet (AFDEL) et Renaissance numérique, sur le thème du numérique et de l'exception culturelle.

9 décembre

À la Sorbonne se tient le colloque « Les écrans et les jeunes : quelle place, quelle offre, quelles évolutions ? », organisé par le CSA. Il réunit, à l'initiative de Françoise Laborde, de Mémona Hintermann-Afféjee et de Francine Mariani-Ducray, de nombreux professionnels de l'audiovisuel, des lycéens et des étudiants. M^{me} Najat Vallaud-Belkacem, ministre de l'Éducation nationale, de l'Enseignement supérieur et de la Recherche, conclut les travaux de la matinée.

10 décembre

Publication du bilan quadriennal des résultats de France Télévisions. La loi demande en effet au CSA d'émettre, quatre ans après le début du mandat des présidents des sociétés nationales de programme, un avis motivé sur les résultats de ces sociétés au regard de leur projet stratégique.

11 décembre

Dans le cadre de la préparation d'un rapport à l'attention du Parlement et du Gouvernement sur l'évolution des modes de diffusion de la radio et le rôle de la radio numérique terrestre (RNT), le Conseil ouvre une consultation afin de compléter la première réflexion menée depuis le démarrage de la RNT.

19 décembre

Le Conseil publie plusieurs contributions en réponse à la concertation conduite par le Conseil national du numérique sur les enjeux sociétaux et économiques liés aux transformations numériques.

ANNEXE 3

LES CHIFFRES CLÉS DU CSA EN 2014

À l'issue de quelque **530 groupes de travail** et au cours des **58 réunions de son collège plénier**, le Conseil a examiné plus de **1 200 dossiers**. Il a rendu **21 avis** au Gouvernement et **6** à l'Autorité de la concurrence. Il a adressé aux éditeurs **3 recommandations** relatives au principe de pluralisme en période électorale, la première en vue de l'élection des membres de l'assemblée du congrès et des assemblées de province de la Nouvelle-Calédonie, la deuxième concernant l'élection des représentants au Parlement européen et la troisième en vue de l'élection, en 2015, des conseillers départementaux. Il a également adopté **3 délibérations**, l'une sur la protection des mineurs à la télévision, une autre sur les conditions de rémunération des collaborateurs extérieurs au Conseil, la troisième relative aux conditions de diffusion de brefs extraits de compétitions sportives et d'événements autres que sportifs d'un grand intérêt pour le public. Enfin, **1 charte** a été signée au CSA par les représentants des pouvoirs publics et du secteur audiovisuel.

Le Conseil a procédé à environ **30 auditions en séance plénière**. Il a nommé **1 président** et **8 administrateurs** pour les sociétés de l'audiovisuel public. Par ailleurs, il a reçu **36 délégations étrangères**.

Pour leur part, les **comités territoriaux de l'audiovisuel** (CTA) ont adopté **575 décisions** de différentes natures.

RADIO

En **radio analogique, en métropole**, le Conseil a mené à leur terme **3 appels à candidatures partiels** et autorisé l'usage de **79 fréquences** ; il a lancé **5 appels à candidatures** en vue de l'attribution de **92 fréquences** ; il a reconduit ou s'est prononcé en faveur de la reconduction hors appel à candidatures d'environ **128 autorisations de fréquences FM**. **Outre-mer**, il a **autorisé 30 radios**.

TÉLÉVISION

Le Conseil a lancé **6 appels à candidatures pour des télévisions locales outre-mer**.

Il a signé **14 nouvelles conventions** et reçu **28 déclarations** pour **des services diffusés ou distribués sur des réseaux n'utilisant pas des fréquences assignées par le Conseil**.

RÉGLEMENT DE DIFFÉRENDS

Le Conseil a été saisi de **6 demandes de règlement de différends** par des opérateurs.

INTERNET

Le **site internet** du Conseil (www.csa.fr) a reçu **1 226 125 visites**, soit une moyenne quotidienne de **3 360 visiteurs** qui ont consulté **3 289 487 pages**.

Les **flux RSS** ont généré **6 593 740 requêtes**, contre **4 620 668** en 2013, soit une progression de 49 %, confirmant de nouveau leur rôle prépondérant dans l'accès aux informations du site.

La **moyenne mensuelle des messages** adressés au Conseil par l'intermédiaire du site s'est élevée à **648**, au lieu de **555** en 2013.

ANNEXE 4

DÉCISIONS ET ORDONNANCES DES JURIDICTIONS ADMINISTRATIVES RELATIVES À DES DÉCISIONS DU CSA

Au cours de l'année 2014, 56 décisions juridictionnelles intéressant directement le Conseil supérieur de l'audiovisuel ont été rendues par : le Conseil d'État, la Cour administrative d'appel de Paris, les tribunaux administratifs de Paris, de Marseille, de Fort-de-France et de Nouvelle-Calédonie.

L'année 2014 a été marquée par l'application de la loi n° 2013-1028 du 15 novembre 2013 relative à l'indépendance de l'audiovisuel public, qui transforme le Conseil en autorité publique indépendante, et du décret n° 2013-730 du 13 août 2013 portant modification du code de justice administrative (partie réglementaire), qui renvoie devant la Cour administrative d'appel de Paris certains contentieux relatifs à des décisions du CSA qui relevaient initialement de la compétence du Conseil d'État.

Dans le cadre de cette nouvelle organisation, il convient de dresser un panorama général des décisions rendues avant de les énumérer.

En 2014, outre 22 ordonnances constatant le désistement de requérants et une ordonnance de renvoi devant la Cour administrative d'appel de Paris, le Conseil d'État a examiné 19 affaires dans lesquelles étaient contestées des décisions du CSA, dont quatre en référé.

La Cour administrative d'appel de Paris a décidé, par deux ordonnances, de constater un désistement et de renvoyer un litige devant le Conseil d'État, eu égard à la connexité du dossier avec une affaire restant pendante devant ce dernier. La même Cour a par ailleurs rejeté trois recours au fond.

Le tribunal administratif de Paris a été saisi de trois référés précontractuels et a également rendu deux jugements. Les tribunaux administratifs de Marseille et de Fort-de-France ont chacun renvoyé, par ordonnance, une affaire au président de la section du contentieux du Conseil d'État. Enfin, le tribunal administratif de Nouvelle-Calédonie a rejeté par ordonnance une requête entachée d'une irrecevabilité manifeste.

Le Conseil d'État a rendu quatre arrêts annulant des décisions du CSA, dont une décision de règlement de différend rendue dans le cadre de l'article 17-1 de la loi du 30 septembre 1986. Ensuite, il a annulé des décisions prises en application de l'article 42-3 agrément la modification d'une autorisation et d'une convention et refusant une telle modification. Enfin, il a annulé des décisions par lesquelles le CSA avait rejeté la candidature d'un service en vue de l'exploitation d'une ressource radioélectrique et attribué des fréquences. Par ailleurs, le tribunal administratif de Paris a rendu un jugement procédant à l'annulation d'une décision implicite de refus de communication de documents administratifs. Par une ordonnance rendue par le juge des référés précontractuels, il a annulé la procédure de passation d'un marché public.

L'ensemble des autres requêtes en annulation dirigées contre des actes du CSA a été rejeté.

À l'exception des ordonnances de désistement, l'ensemble des décisions juridictionnelles est présenté ci-dessous, avec indication de l'objet de la requête ainsi jugée et de la solution retenue par le juge. Pour accéder à ces décisions, il est possible de se référer aux sites internet Légifrance et du Conseil d'État¹.

Conseil d'État

- Conseil d'État, 24 janvier 2014, *Conseil supérieur de l'audiovisuel c. Société Vortex*, n° 351274 : pourvoi engagé par le CSA contre l'arrêt rendu le 23 juin 2011 par lequel la CAA de Paris (n° 09PA05578, 09PA06398) a condamné l'État à verser la somme de 320 000 € à la société VORTEX en réparation du préjudice résultant des décisions par lesquelles le CSA a refusé de lui attribuer des fréquences, décisions ayant fait l'objet d'annulations juridictionnelles. Rejet du pourvoi.
- Conseil d'État, 26 février 2014, *Sociétés Sud Radio services et Sud Radio +*, n° 353724, 353725 et 353726 : mises en demeure d'un éditeur de services radiophoniques de respecter l'article 2-4 de sa convention en ne diffusant pas de propos susceptibles de revêtir un caractère discriminatoire. Rejet de la requête.
- Conseil d'État, 26 mars 2014, *Société Vortex*, n° 363116 : mise en demeure d'un éditeur de services radiophoniques de respecter les conditions techniques de son autorisation. Rejet de la requête.
- Conseil d'État, 31 mars 2014, *Société France Télévisions*, n° 356893 : décision portant règlement d'un différend l'opposant à Numéricable relatif à l'obtention du numéro 5 pour le service « France 5 » dans le plan de service de Numéricable à la place du numéro 13. Annulation de la décision de règlement de différend ; le Conseil d'État attribuera lui-même, à « Paris Première » ou à « France 5 », le numéro 5, après un supplément d'instruction tendant à la production de tous documents permettant d'établir lequel des deux services de communication audiovisuelle concernés répond le mieux à chacun des critères licites de sélection (cf. *infra*).
- Conseil d'État, 11 avril 2014, *Association calédonienne pour la liberté d'expression et le pluralisme des médias (ACLEPM) et autres*, n° 358223 : décisions autorisant des services radiophoniques en Nouvelle-Calédonie. Rejet de la requête.
- Conseil d'État, 11 avril 2014, *Syndicat des réseaux radiophoniques nationaux*, n° 348972 : décisions du CSA agréant, d'une part, l'acquisition de l'intégralité du capital de « La Radio de la Mer » par AWPG et la demande de syndication de programmes entre « La Radio de la Mer » et « Oui FM », et, d'autre part, la modification de la convention de « La Radio de la Mer ». Annulation de la décision dès lors que cette modification très large s'avère susceptible de nuire à l'intérêt du public ainsi qu'à la sauvegarde du pluralisme des courants d'expression socioculturels sans qu'aucun engagement ne soit susceptible de compenser une telle atteinte.
- Conseil d'État, 11 avril 2014, *SARL Pyrénéenne de télévision, Syndicat interprofessionnel des radios et télévisions indépendantes (SIRTI), Association Bocal, Société Vosges Télévision et autres*, n° 362992, 362954, 362916 et 363015 : délibération n° 2012-33 du Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA) du 24 juillet 2012 relative à la numérotation logique des services de communication audiovisuelle diffusés par voie hertzienne terrestre en métropole. Rejet des requêtes.
- Conseil d'État, ord., 15 avril 2014, *Société Vortex*, n° 376517 : demande tendant à la suspension de l'exécution, d'une part, d'une mise en demeure de se conformer, à l'avenir, aux règles

¹ <http://www.conseil-etat.fr/fr/base-de-jurisprudence/>

définies par la décision n° 2010-244 du 13 avril 2010 modifiée régissant les services de radio de catégorie D dans laquelle elle est autorisée à diffuser un programme sans décrochages locaux, d'autre part, de la décision du 17 janvier 2013 rejetant son recours gracieux. Rejet pour défaut d'urgence.

- Conseil d'État, 30 avril 2014, *Société de publications calédoniennes*, n° 363600 décision de rejet de candidature dans le CTA de Nouvelle-Calédonie. Rejet de la requête.
- Conseil d'État, ord., 7 mai 2014, *Mme Corinne Lepage*, n° 379104 : demande tendant à ce qu'il soit enjoint au Conseil supérieur de l'audiovisuel, sur le fondement des dispositions de l'article L. 521-2 du code de justice administrative, de mettre en garde les chaînes de télévision et de radio de rétablir sans délai l'équité entre les partis présentant des listes aux élections européennes et de veiller à ce que les candidats des listes Europe Citoyenne bénéficient d'un accès effectif aux médias audiovisuels. Rejet de la requête.
- Conseil d'État, ord., 21 mai 2014, *Association Nouvelle Donne et autres*, n° 380452 : tendant à ce qu'il soit enjoint, sur le fondement des dispositions de l'article L. 521-2 du CJA, à « France 2 » et « France 3 » de leur accorder un temps de parole avant la fin de la campagne électorale et au CSA de faire usage de ses pouvoirs de sanction à l'encontre de « RTL » et « Europe 1 ». Rejet de la requête.
- Conseil d'État, 11 juillet 2014, *Comité de défense des auditeurs de Radio Solidarité*, n° 364156 : mise en demeure de respecter les articles 2-4 (non-diffusion de propos discriminatoires) et 2-10 (maîtrise de l'antenne) de sa convention. Rejet de la requête.
- Conseil d'État, 22 octobre 2014, *Société Métropole Télévision*, n° 361464 et 366191 : décision implicite de rejet de la demande du 23 avril 2012 tendant à l'attribution d'une autorisation d'usage de la ressource radioélectrique en application de l'article 103 de la loi du 30 septembre 1986 et décision implicite de rejet de sa demande préalable indemnitaire. Rejet des requêtes.
- Conseil d'État, 22 octobre 2014, *Société France Télévision*, n° 356893 : injonction à la société Numéricable d'attribuer à la chaîne « France 5 » le numéro 5 dans la thématique «généraliste nationale» du plan de services de l'offre Numéricable, dans un délai de six mois à compter de la notification de la décision (suite de la décision du 31 mars 2014).
- Conseil d'État, ord., 23 octobre 2014, *Société LCI*, n° 384825 : demande de suspension de la décision du Conseil supérieur de l'audiovisuel du 29 juillet 2014 rejetant la demande de la société LCI tendant à la modification des modalités de financement du service « La Chaîne Info » (LCI). Rejet pour défaut d'urgence.
- Conseil d'État, 5 novembre 2014, *Société Groupe Nord Sud Communication Multimédia (Norsu-com) et Association Radio Lina Marseille Méditerranée*, n° 363467 et 363514 : décision portant reconduction de l'autorisation délivrée à l'association Rencontre et Amitié Radio Gazelle pour l'exploitation d'un service de radio en catégorie A. Rejet des requêtes.
- Conseil d'État, 28 novembre 2014, *Société NRJ Réseau*, n° 363146 : décision du 28 février 2012 par laquelle le CSA a mis la société requérante en demeure de respecter les termes de sa convention et décision du 17 juillet 2012 par laquelle le CSA a rejeté sa demande de modification des conditions de son autorisation. Annulation de la décision du 17 juillet 2012 et rejet du surplus des conclusions.
- Conseil d'État, 12 décembre 2014, *SAS RML*, n° 364775 : décision du CSA du 2 octobre 2012 rejetant la candidature de la société requérante dans le CTA de Nancy et autorisations délivrées à « Fun Radio », « Virgin Radio », « Radio Nova » et « Chérie FM ». Annulation des autorisations

délivrées à « Fun Radio », « Virgin Radio » et « Chérie FM », ainsi que du rejet de la candidature de la société requérante.

- Conseil d'État, 29 décembre 2014, *SARL Média Bonheur*, n° 361609 : décisions du CSA du 24 avril 2012 par lesquelles le CSA a rejeté la candidature du service « Radio Bonheur » dans plusieurs zones du CTA de Rennes et autorisé les services « Radio Bro Gwened », « Radio Caroline », « Hit West », « Variation », « NRJ », « Fun Radio » et « RFM ». Rejet des requêtes.
- Conseil d'État, 30 décembre 2014, *Société Capital Active média*, n° 370182 et 373744 : décisions du 3 avril 2013 du Conseil rejetant la candidature du service « Radio Plein Air » et autorisant le service « Radio Star », ainsi que le rejet de son recours gracieux du 4 octobre 2013. Rejet des requêtes.

Cour administrative d'appel de Paris

- CAA de Paris, ord., 28 août 2014, *Association Radio Color*, n° 14PA02625 : décision du 26 mars 2014 par laquelle le CSA a rejeté le recours gracieux présenté contre la décision du 18 septembre 2013 par laquelle il a refusé d'octroyer une autorisation d'exploiter un service de radio sur la zone d'Épinal. Renvoi au Conseil d'État en raison de la connexité avec le dossier n° 373733.
- CAA de Paris, 20 novembre 2014, *Société SOGERA Nom commercial Rire et Chansons*, n° 14PA01692 : décision du 14 mai 2013 par laquelle le CSA a rejeté sa candidature pour l'exploitation d'un service de radio dans le département de La Réunion. Rejet pour irrecevabilité (tardiveté de la requête).
- CAA de Paris, 20 novembre 2014, *Association Radio Festival*, n° 14PA01691 : décision du 14 mai 2013 par laquelle le CSA a rejeté sa candidature pour l'exploitation d'un service de radio dans le département de La Réunion. Rejet pour irrecevabilité (tardiveté de la requête).
- CAA de Paris, 4 décembre 2014, *Association Radio Sun FM*, n° 14PA00551 : décision du 27 novembre 2013 par laquelle le Conseil a rejeté sa demande en date du 20 septembre 2013 tendant à la syndication de programmes entre les services de « Radio Sun 101.5 » à Lyon et Générations à Paris, Creil et Meaux. Rejet de la requête.

Tribunal administratif de Paris

- TA de Paris, ord., 3 janvier 2014, *Société AFD Technologies*, n° 13181973 : décision du CSA d'écartier l'offre de la société requérante dans le cadre d'une procédure de passation d'un marché de prestations d'études de fréquences. Rejet de la requête.
- TA de Paris, ord., 4 juillet 2014, *SCP Charrel et Associés*, n° 1409379 : procédure de passation d'un marché de prestations juridiques par le Conseil pour le lot n° 3 « Contrats publics ». Annulation de la procédure de passation du marché de services ayant pour objet des prestations de représentation, de conseil et d'assistance juridique.
- TA de Paris, ord. 27 juin 2014, *Mme Marie André-Nivet et SCP « André-André & Associés*, n° 1409363 : procédure de passation d'un marché de prestations juridiques par le Conseil pour le lot n° 2 « Droit privé ». Non-lieu à statuer.

- TA de Paris, 9 avril 2014, *Société Jenioos Média SAS*, n° 1217149/2-1 : décision implicite de rejet en date du 9 juillet 2012 prise par le CSA rejetant la réclamation indemnitaire (demande 800 000 €) en réparation du préjudice subi du fait que le CSA n'a pas délivré d'autorisation en RNT à la société requérante après l'avoir sélectionnée en 2009. Rejet de la requête.
- TA de Paris, 28 octobre 2014, *M. Raymond Avrillier*, n° 1317920 : décision implicite par laquelle le CSA a refusé d'accuser réception de ses demandes, et a refusé de lui communiquer la liste des messages publicitaires des sociétés Vinci, GDF Suez, EDF Entreprises Gaz, Malakoff Médéric, Crédit agricole et Caisse d'épargne sur les antennes de Radio France pour les années 2012 et 2013, et enfin la décision de refus d'engager les actions pour violation de certaines dispositions de son cahier des charges. Annulation en tant que le CSA a refusé de lui communiquer les courriers échangés avec Radio France au cours des années 2012 et 2013 au sujet des publicités des sociétés GDF Suez, EDF Entreprises Gaz, Malakoff Médéric, Crédit agricole et Caisse d'épargne. Injonction de communication sous un mois. Rejet du surplus des conclusions.

Tribunal administratif de Marseille

- TA de Marseille, ord. 3 février 2014, *Association Rencontre Amitié Radio Gazelle*, n° 1308139-7 : décision implicite de rejet de sa demande préalable indemnitaire du 30 novembre 2009 tendant au versement d'une somme de 169 000 € au titre du préjudice subi. Renvoi au Conseil d'État pour incompétence de la juridiction saisie. Dossier finalement renvoyé devant le TA de Marseille par une ordonnance du 15 juillet 2014 du président de la Section du Contentieux du Conseil d'État.

Tribunal administratif de Fort-de-France

- TA de Fort-de-France, 13 mars 2014, *Société Saint Martin Câble TV FWI*, n° 0700824-1 : décision du Premier ministre rejetant sa demande préalable indemnitaire de 6 267 067 € au titre du dommage subi du fait de l'inaction du CSA. Renvoi au Conseil d'État pour incompétence de la juridiction saisie.

Tribunal administratif de Nouvelle-Calédonie

- TA de Nouvelle-Calédonie, ord., *M^{me} Muriel Malfart*, n° 1400127 : demande tendant à ce que le TA fasse cesser la diffusion d'un communiqué sur Radio Océane et à ce que lui soit reconnu un droit de réponse proportionnel. Rejet pour irrecevabilité manifeste.

ANNEXE 5

LES AVIS, DÉLIBÉRATIONS, RECOMMANDATIONS ET CHARTES ADOPTÉS PAR LE CSA ET PUBLIÉS EN 2014

Avis au Gouvernement

- Avis n° 2014-1 du 8 janvier 2014 relatif à la nomination du rapporteur en charge de l'engagement des poursuites et de l'instruction préalable au prononcé des sanctions prises par le Conseil supérieur de l'audiovisuel.
- Avis n° 2014-4 du 13 février 2014 relatif au projet de modification du tableau national de répartition des bandes de fréquences.
- Avis n° 2014-5 du 26 février 2014 portant sur un projet de décret modifiant le décret n° 2006-1067 du 25 août 2006 pris pour l'application de l'article 80 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication.
- Avis n° 2014-6 du 5 mars 2014 relatif à une demande d'autorisation d'exploitation d'assignments de fréquences présentée par Eutelsat SA auprès de l'Agence nationale des fréquences pour un système satellitaire à la position orbitale 25,5° Est.
- Avis n° 2014-9 du 4 juin 2014 relatif à une modification du cahier des charges de la société nationale de programme en charge de l'audiovisuel extérieur de la France.
- Avis n° 2014-11 du 30 juillet 2014 relatif au projet de modification du tableau national de répartition des bandes de fréquences.
- Avis n° 2014-12 du 30 juillet 2014 sur un projet de décret relatif à l'Agence nationale des fréquences (ANFR) et portant modification du code des postes et des communications électroniques.
- Avis n° 2014-13 du 17 septembre 2014 relatif au projet de décret modifiant le cahier des charges de la société nationale de programme France Télévisions.
- Avis n° 2014-14 du 1er octobre 2014 sur un projet de décision de l'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes modifiant la décision n° 2011-0599 fixant les conditions d'utilisation des fréquences radioélectriques pour des systèmes de Terre permettant de fournir des services de communications électroniques dans la bande de fréquences 790-862 MHz en France métropolitaine.
- Avis n° 2014-16 du 23 octobre 2014 relatif au rapport d'exécution pour l'année 2013 du contrat d'objectifs et de moyens entre l'État et Radio France.
- Avis n° 2014-18 du 2 décembre 2014 relatif au projet de décret portant modification du régime de contribution à la production d'œuvres audiovisuelles des services de télévision.

- Avis n° 2014-19 du 26 novembre 2014 relatif au projet de modification du tableau national de répartition des bandes de fréquence.
- Avis n° 2014-20 relatif au rapport d'exécution pour l'année 2013 du contrat d'objectifs et de moyens entre l'État et l'Institut national de l'audiovisuel.
- Avis n° 2014-21 du 17 décembre 2014 relatif au rapport d'exécution pour l'année 2013 du contrat d'objectifs et de moyens entre l'État et France Médias Monde.

Délibérations et recommandations

Protection des mineurs

- Délibération n° 2014-17 du 5 mars 2014 modifiant la recommandation n° 2005-5 du 7 juin 2005 aux éditeurs de services de télévision concernant la signalétique jeunesse et la classification des programmes.

Consultations électorales ou référendaires

- Recommandation n° 2014-1 du 26 février 2014 du Conseil supérieur de l'audiovisuel relative aux services de radio et de télévision diffusés en Nouvelle-Calédonie en vue de l'élection des membres de l'assemblée du congrès et des assemblées de province de la Nouvelle-Calédonie.
- Recommandation n° 2014-2 du 2 avril 2014 aux services de radios et de télévision en vue de l'élection des représentants au Parlement européen les 24 et 25 mai 2014.
- Recommandation n° 2014-3 du 26 novembre 2014 du Conseil supérieur de l'audiovisuel aux services de radio et de télévision en vue de l'élection des conseillers départementaux les 22 et 29 mars 2015.

Autres sujets

- Délibération n° 2014-18 du 9 avril 2014 sur les conditions de rémunération des collaborateurs extérieurs du Conseil supérieur de l'audiovisuel.
- Délibération n° 2014-43 du 1^{er} octobre 2014 relative aux conditions de diffusion de brefs extraits de compétitions sportives et d'événements autres que sportifs d'un grand intérêt pour le public.

Charte

- Charte visant à favoriser la formation et l'insertion professionnelle des personnes handicapées dans le secteur de la communication audiovisuelle.

ANNEXE 6

COMITÉS TERRITORIAUX DE L'AUDIOVISUEL NOMINATIONS ET RENOUVELLEMENTS DE MANDATS EN 2014

CTA DES ANTILLES ET DE LA GUYANE

M. Henri NÉRON a été nommé membre à compter du 25 janvier 2014.

CTA DE BORDEAUX

M. Patrick PÉPIN a été nommé membre le 23 juillet 2014.

CTA DE CAEN

Le 23 avril 2014, le Conseil a renouvelé les mandats de M. Étienne FATOME et de M^{me} Évelyne DUHAMEL.

CTA DE CLERMONT-FERRAND

M^{me} Dominique BRU-MAILLE a été reconduite dans ses fonctions de membre le 7 mai 2014.

CTA DE DIJON

M. Marc HEINIS, président du tribunal administratif de Dijon, a été nommé président du CTA de Dijon par le vice-président du Conseil d'État le 3 mars 2014.

M^{me} Joëlle CHATELLARD a été reconduite dans ses fonctions de membre le 26 février 2014.

CTA DE LA RÉUNION ET DE MAYOTTE

M^{me} Guilène TACOUN-CATAPOULE a été reconduite dans ses fonctions de membre à compter du 7 février 2014.

M. Achiraf BACAR a été reconduit dans ses fonctions de membre à compter du 18 juin 2014.

M^{me} Zainaba MOHAMED a été nommé membre à compter du 23 avril 2014.

CTA DE LYON

M. Claude-Sylvain LOPEZ, président du tribunal administratif honoraire, a été reconduit dans ses fonctions de président du CTA de Lyon par le vice-président du Conseil d'État le 19 décembre 2014.

Le Conseil a nommé membre M^{me} Claire MALY le 17 septembre 2014.

CTA DE MARSEILLE

Le 26 mars 2014, le Conseil a renouvelé les mandats de M. Philippe CROIZAT et de M^{me} Béatrice SOMVILLE.

Le Conseil a nommé membre M^{me} Laetitia ALLEMAND le 15 octobre 2014.

CTA DE NANCY

M. Daniel GILTARD, conseiller d'État honoraire, a été reconduit dans ses fonctions de président du CTA de Nancy par le vice-président du Conseil d'État le 17 janvier 2014.

M. Éric CAPELLO a été reconduit dans ses fonctions de membre le 26 février et M. Geoffroy MELCHIOR le 12 novembre 2014.

CTA DE POLYNÉSIE FRANÇAISE

M. Jean-Yves TALLEC, président du tribunal administratif de la Polynésie française, a été nommé président du CTA de Papeete par le vice-président du Conseil d'État le 19 décembre 2014.

M. Jean SZILAGYI a été reconduit dans ses fonctions de membre jusqu'au 7 juin 2016, date de son 75^e anniversaire.

M. Tamotoa POMMIER a été nommé membre le 12 décembre 2014.

CTA DE RENNES

M^{me} Françoise MAGNIER, présidente du tribunal administratif de Rennes, a été nommée présidente du CTA de Rennes par le vice-président du Conseil d'État le 15 mai 2014.

M^{me} Évelyne BOCQUENET a été reconduite dans ses fonctions de membre le 17 septembre et M. Philippe SCATTON le 11 décembre 2014.

CTA DE TOULOUSE

Le 10 septembre 2014, le Conseil a reconduit les mandats de M^{me} Catherine DUBUSSON ainsi que de MM. Marc LARRALDE et Serge REGOURD.

ANNEXE 7 ÉVOLUTION DE L'OFFRE DE TNT NATIONALE*

SOURCE : CSA

Chaines	Avant mars 2005	Mars 2005 Avril 2009	Avril 2009 Juin 2010	Juin 2010 Juil. 2011	Juil. 2011 Avril 2012	Avril 2012 Mai 2012	Mai 2012 Déc. 2012	Déc. 2012 Déc. 2014	Au 31 déc. 2014
France 2	X	X	X	X	X	X	X	X	X
France 3	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Festival / France 4	X	X	X	X	X	X	X	X	X
France 5	X	X	X	X	X	X	X	X	X
France Ô			X	X	X	X	X	X	X
Arte	X	X	X	X	X	X	X	X	X
LCP-AN		X	X	X	X	X	X	X	X
Public Sénat	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Total chaînes publiques	4	7	7	8	8	8	8	8	8
TF1	X	X	X	X	X	X	X	X	X
M6	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Direct 8 / D8		X	X	X	X	X	X	X	X
M6 Music / W9		X	X	X	X	X	X	X	X
TMC		X	X	X	X	X	X	X	X
NT1		X	X	X	X	X	X	X	X
NRJ 12		X	X	X	X	X	X	X	X
BFM TV		X	X	X	X	X	X	X	X
îlélé			X	X	X	X	X	X	X
iMC / Virgin 17 / Direct Star / D17		X	X	X	X	X	X	X	X
Gulli	X	X	X	X	X	X	X	X	X

* Ne figurent pas dans ce tableau les lancements de France 2 HD, Arte HD, TF1 HD, M6 HD et Canal+ HD en octobre 2008.

HD1	X
L'Équipe 21	X
6Ter	X
Numéro 23	X
RMC Découverte	X
Chérie 25	X
Total chaînes privées gratuites	2
Total chaînes payantes	1
7	28
27	28
29	29
30	28
31	27
32	33
33	32
34	31
35	30
36	29
37	28
38	27
39	26
40	25
41	24
42	23
43	22
44	21
45	20
46	19
47	18
48	17
49	16
50	15
51	14
52	13
53	12
54	11
55	10
56	9
57	8
58	7
59	6
60	5
61	4
62	3
63	2
64	1



TABLE DES MATIÈRES

Avant-propos	7
2014 : société, économie, culture	9
Activité du conseil en 2014	23
Responsabilité des médias audiovisuels à l'égard du public	25
Les droits et les attentes du public	26
• Déontologie des contenus audiovisuels	26
Le respect des droits de la personne	26
La rigueur et l'honnêteté des programmes	28
Les atteintes à l'ordre public	29
• Jeunesse et protection des mineurs	30
La réflexion sur l'évolution du dispositif de la signalétique jeunesse et la modification de la recommandation du 7 juin 2005	30
La nouvelle campagne de sensibilisation à la protection du jeune public	30
Les principales interventions	31
• Communications commerciales et protection des consommateurs	33
La publicité à la télévision	33
Le téléachat	34
Le placement de produit	34
La publicité sur les services de médias audiovisuels à la demande	34
La publicité et le parrainage à la radio	35
Observations transmises à la Commission européenne sur le respect de la directive <i>Services de médias audiovisuels</i> en matière de communications commerciales	35
Rapport sur l'intensité sonore	35
Application de la charte dite « alimentaire »	36
Alerte sanitaire aux Antilles	36
• Sport	37
Le droit à l'information	37
La représentation du sport féminin dans les médias audiovisuels	38
• Qualité des programmes	39
La satisfaction du public est en recul	39
La cohésion sociale et la promotion de l'égalité	40
• Représentation de la diversité	40
Le baromètre de la diversité à la télévision	41
Les messages « Nous sommes la France »	41
La prise en compte du handicap	41
Une convention avec le Défenseur des Droits	41

L'Observatoire de la diversité	42
La diversité à la radio	42
• Droits des femmes	42
La loi sur l'égalité réelle entre les femmes et les hommes	43
Études et interventions	43
• Audiovisuel et éducation	45
L'Observatoire Médias et Éducation du CSA	45
Les actions communes du Conseil et du ministère de l'Éducation nationale, de l'Enseignement supérieur et de la Recherche	45
• Promotion de la langue française	46
La conception et la préparation de la « Journée de la langue française dans les médias audiovisuels »	46
Le suivi de l'emploi de la langue française dans les médias audiovisuels	46
• Accessibilité des programmes aux personnes handicapées	47
Des obligations respectées	47
Une charte pour la qualité de la langue des signes	50
Constatation de reprise de l'audiodescription	50
• Accès des associations aux médias audiovisuels	51
Le pluralisme politique et les campagnes électorales	51
• Les campagnes et les scrutins	51
Élections des conseillers municipaux et des conseillers communautaires (23 et 30 mars 2014)	52
Élection des membres du congrès et des assemblées de province de la Nouvelle-Calédonie (11 mai 2014)	52
Élection des représentants au Parlement européen (24 et 25 mai 2014)	53
Maîtrise du coût des campagnes officielles audiovisuelles	53
Concertation sur les campagnes électorales	54
Recommandation en vue de l'élection des conseillers départementaux (22 et 29 mars 2015)	54
• Hors période électorale	54
Les temps d'intervention des personnalités politiques	55
Les émissions d'expression directe	55
Les relations avec les téléspectateurs et les auditeurs	55

Développement économique du secteur audiovisuel	58
Les services de médias audiovisuels	58
• La télévision	58
Ressources de la TNT	58
Les chaînes nationales hertziennes	64
Les chaînes locales et régionales	69
Le développement et les moyens de financement des télévisions locales	71
Les autres chaînes	74
• La radio	75
La bande FM	75
La radio numérique terrestre	81
Les radios diffusées par d'autres réseaux	83
• Les nouveaux services	84
L'audiovisuel à l'ère du numérique	84
Les SMAD	85
• Les distributeurs	87
La régulation des marchés	88
• Mesure de l'impact économique des décisions d'autorisation	88
• Avis à l'Autorité de la concurrence	88
Avis n° 2014-2 du 13 février 2014 relatif à la notification de l'acquisition des sociétés Direct 8 et Direct Star par les sociétés Vivendi et Groupe Canal Plus	89
Avis n° 2014-10 du 30 juillet 2014 à l'Autorité de la concurrence sur l'acquisition de la Société française du radiotéléphone par la société Numericable Group	89
Avis n° 2014-8 du 21 mai 2014 sur la saisine de la société beIN Sports France relative à des pratiques mises en œuvre par le groupe Canal Plus et la Ligue nationale de rugby	90
Avis n° 2014-15 du 5 novembre 2014 portant sur la saisine de l'Autorité de la concurrence par la société FPS Towers à l'encontre de la société TDF	91
Avis n° 2014-17 du 3 décembre 2014 portant sur la saisine de l'Autorité de la concurrence par la société Aston France à l'encontre de la société Groupe Canal Plus	91
• Règlement de différends	91
Le financement et la promotion de la création	92
• La diffusion et la production d'œuvres audiovisuelles et cinématographiques	92
La diffusion des œuvres audiovisuelles et cinématographiques	92
La contribution au financement de la production audiovisuelle et cinématographique	93
Les demandes de qualification	95

La mission de conciliation entre éditeurs de services et producteurs audiovisuels	96
La contribution du Conseil au rapport de la Cour des comptes intitulé « Les soutiens à la production cinématographique et audiovisuelle : des changements nécessaires »	96
L'avis du Conseil sur le projet de décret portant modification du régime de contribution à la production d'œuvres audiovisuelles des services de télévision	97
• La diffusion de la musique à la radio et à la télévision	97
Les quotas de chansons d'expression française	97
L'exposition de la musique à la télévision	98
L'Observatoire de la diversité musicale à la radio et à la télévision	98
Mesure de l'impact des décisions d'autorisation délivrées par le Conseil supérieur de l'audiovisuel au cours de l'année 2014	99
Dispositions législatives et méthodologie retenue	100
Dans le secteur de la radio	101
• Les décisions d'autorisation prises en 2014 pour la diffusion analogique	101
• La diffusion numérique	101
• Les audiences	102
Au niveau national	102
An niveau local	103
• Le marché publicitaire	104
La radio au sein des recettes publicitaires des grands médias	104
Le marché publicitaire de la radio	105
Les positions des acteurs sur les marchés publicitaires	106
• Le marché des récepteurs compatibles RNT	108
• Surveillance de la concentration	109
Mesures visant à limiter la concentration	109
Le rapport sur la concentration de la radio	110
Dans le secteur de la télévision	111
• La réception de la télévision numérique	111
• Étude sur la télévision numérique hertzienne payante (TNT payante)	112
L'offre de chaînes sur la TNT payante et sa distribution	112
L'évolution de la TNT payante	113
Les obligations de financement de la création de la chaîne Canal+	114
• Étude sur la télévision numérique hertzienne gratuite (TNT gratuite)	115
L'offre de chaînes sur la TNT gratuite	115

Les audiences	116
Le marché publicitaire	119
• Le poids du secteur et sa contribution au financement de la création	122
Le pluralisme de l'offre	123
• Problématiques transverses aux univers gratuit et payant	125
Étude de la diversité des opérateurs de la TNT	125
Perspectives	131
Indépendance et performance de l'audiovisuel public	133
Les nominations	134
• Le président de Radio France	134
• Les administrateurs	135
Le suivi de l'activité des groupes	136
• France Télévisions	136
Le bilan 2013 du respect du cahier des missions et des charges	136
Publication de l'étude « L'exposition des programmes culturels	
sur les antennes de France Télévisions - état des lieux et perspectives »	137
Avis du 17 septembre 2014 relatif au projet de décret modifiant	
le cahier des charges de France Télévisions	137
Bilan quadriennal des résultats de la société France Télévisions	138
• Radio France	139
Rapport d'exécution du cahier des charges de Radio France	
pour l'exercice 2013	139
Avis n° 2014-16 du 23 octobre 2014 relatif au rapport d'exécution	
pour l'année 2013 du contrat d'objectifs et de moyens entre l'État	
et Radio France	139
• France Médias Monde	140
Avis du 4 juin 2014 sur un projet de décret modifiant le cahier des charges	140
de France Médias Monde	
Bilan de l'exercice 2013 de France 24, RFI et Monte Carlo Doualiya	140
Avis du 17 décembre 2014 relatif au rapport d'exécution pour l'année 2013	
du contrat d'objectifs et de moyens entre l'État et France Médias Monde	140
• Institut national de l'audiovisuel	141

Coopération européenne et internationale	143
Les coopérations et convergences au sein de l’Union européenne	144
• La première année de l’ERGA	144
• L’évolution du cadre réglementaire européen	145
Les relations internationales	146
• La coopération multilatérale (EPRA, RIRM, REFRAM)	146
La Plateforme européenne des autorités de régulation (EPRA)	146
Le Réseau francophone des régulateurs des médias (REFRAM)	147
Le Réseau des institutions de régulation méditerranéennes (RIRM)	147
• La coopération bilatérale	147
Les visites de délégations étrangères	148
Les missions à l’étranger	148
Relations institutionnelles et communication	149
Les relations avec le Parlement	150
Les relations avec les collectivités territoriales	151
Les relations avec les juridictions	152
Les relations avec les autorités indépendantes	152
Séminaires et colloques	153
• Le séminaire « Audiovisuel, enjeu économique »	153
• Le colloque « Les écrans et les jeunes »	153
Les relations avec la presse	154
Les publications	155
• Rapports, comptes rendus, études	155
• Le site internet du Conseil	156
Les pages les plus consultées	157
Top 10 des pages les plus consultées	158
Les sites « Protection du jeune public » et « Éducation et médias »	158
Sources et origines du trafic	158
Moyens et ressources	159
Le statut d’autorité administrative indépendante	160

La gestion budgétaire, administrative et financière	161
• Le budget du Conseil	161
Les crédits du Conseil au sein du programme 308 « protection des droits et des libertés »	161
Les crédits du conseil en 2014	161
L'exécution du budget 2014	162
• Le suivi de l'activité	162
L'activité budgétaire et financière	162
Les dépenses de personnel et les effectifs	162
La commande publique	163
• La gestion immobilière et logistique	163
La gestion des ressources humaines	164
• Emplois	164
• Dialogue social	165
• Prestations sociales	165
• Formations	166
• Médecine de prévention	166
• Label Diversité	166
Les comités territoriaux de l'audiovisuel	166
La désignation du rapporteur indépendant	167
Annexes	169
Composition et activité du CSA	171
Les dates clés du CSA en 2014	179
Les chiffres clés du CSA en 2014	185
Décisions et ordonnances des juridictions administratives relatives à des décisions du CSA	187
Les avis, délibérations, recommandations et chartes adoptés par le CSA et publiés en 2014	193
Comités territoriaux de l'audiovisuel	
Nominations et renouvellements de mandats en 2014	195
Évolution de l'offre TNT nationale	197



www.csa.fr

Rapport d'activité 2014 - ISSN : 0999-0585

Diffusion - Direction de l'information et de la communication institutionnelle
39-43 quai André Citroën 75739 Paris cedex 15
Tél : 01 40 58 37 14 - Fax 01 40 58 37 93