



CONSEIL SUPÉRIEUR DE L'AUDIOVISUEL



[www.csa.fr](http://www.csa.fr)



(#csaudiovisuel)

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

Rapport d'activité 2015 - ISSN : 0999-0585

Conception : l'adresse créative

CSA | RAPPORT ANNUEL 2015

## RAPPORT ANNUEL 2015



CONSEIL SUPÉRIEUR DE L'AUDIOVISUEL



[www.csa.fr](http://www.csa.fr)

# RAPPORT ANNUEL **2015**

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 23 mars 2016.

# *Le CSA*



**OLIVIER SCHRAMECK**  
Président

© Christophe Calais/CSA



**PATRICE GÉLINET**

Langue française et francophonie (président),  
Outre-mer (président), Radio analogique et  
numérique (président), Protection des  
consommateurs (vice-président)



**MÉMONA HINTERMANN-AFFÉJEE**  
Affaires internationales (présidente),  
Diversité (présidente), Jeunesse et éducation  
(présidente), Respect des droits et libertés  
(vice-présidente), Sport (vice-présidente)



**SYLVIE PIERRE-BROSSOLETTE**  
Droits des femmes (présidente), Télévision  
nationale publique et INA (présidente),  
Télévisions nationales privées gratuites  
(présidente), Outre-mer (vice-présidente),  
Pluralisme et vie associative (vice-présidente)

# *en 2015*



**NICOLAS ABOUT**

Protection des consommateurs (président), Respect des droits et libertés (président), Télévisions locales (président), Gestion des fréquences hertziennes (vice-président), Diversité (vice-président), Services audiovisuels numériques, distribution, accessibilité et prospective (vice-président)



**FRANCINE MARIANI-DUCRAY**

Création, production audiovisuelle et cinématographique, musique et évolution des programmes (présidente), Pluralisme et vie associative (présidente), Télévisions payantes (présidente), Droits des femmes (vice-présidente), Télévisions nationales privées gratuites (vice-présidente)



**NICOLAS CURIEN**

Gestion des fréquences hertziennes (président), Services audiovisuels numériques, distribution, accessibilité et prospective (président), Économie de l'audiovisuel et affaires européennes (vice-président), Langue française et francophonie (vice-président), Radio analogique et numérique (vice-président), Télévision nationale publique et INA (vice-président), Télévisions payantes (vice-président)



**NATHALIE SONNAC**

Économie de l'audiovisuel et affaires européennes (présidente), Sport (présidente), Affaires internationales (vice-présidente), Création, production audiovisuelle et cinématographique, musique et évolution des programmes (vice-présidente), Jeunesse et éducation (vice-présidente), Services audiovisuels numériques, distribution, accessibilité et prospective (vice-présidente), Télévisions locales (vice-présidente)

## **Article 18 de la loi du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication**

Le Conseil supérieur de l'audiovisuel établit chaque année un rapport public qui rend compte de son activité, de l'application de la présente loi, 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, du respect de leurs obligations par les sociétés et l'établissement public mentionnés aux articles 44 et 49 de la présente loi. Ce rapport est adressé au Président de la République, au Gouvernement et au Parlement avant la fin du premier trimestre. Dans ce rapport, le Conseil supérieur de l'audiovisuel peut suggérer les modifications de nature législative et réglementaire que lui paraît appeler l'évolution technologique, économique, sociale et culturelle des activités du secteur de l'audiovisuel. Il peut également formuler des observations sur la répartition du produit de la redevance et de la publicité entre les organismes du secteur public.

Le rapport visé au premier alinéa fait état du volume d'émissions télévisées sous-titrées ainsi que de celles traduites en langue des signes. Les informations données par ce rapport doivent permettre de mieux apprécier le coût de ce sous-titrage et de la traduction en langue des signes pour les sociétés nationales de programme, les chaînes de télévision publiques et tous les autres organismes publics qui développent ces procédés.

Ce rapport comporte une présentation des mesures prises en application des articles 39 à 41-4 visant à limiter la concentration et à prévenir les atteintes au pluralisme. Il comporte notamment un état détaillé présentant la situation des entreprises audiovisuelles concernées à l'égard des limites fixées par ces mêmes articles.

Le rapport mentionné au premier alinéa fait le point sur le développement et les moyens de financement des services de télévision à vocation locale. Il établit également un bilan des coopérations et des convergences obtenues entre les instances de régulation audiovisuelle nationales des États membres de l'Union européenne.

Tout membre du Conseil supérieur de l'audiovisuel peut être entendu par les commissions compétentes de l'Assemblée nationale et du Sénat.

Le Conseil supérieur de l'audiovisuel peut être saisi par le Gouvernement, par le président de l'Assemblée nationale, par le président du Sénat ou par les commissions compétentes de l'Assemblée nationale et du Sénat de demandes d'avis ou d'études pour l'ensemble des activités relevant de sa compétence.

Dans le mois suivant sa publication, le rapport mentionné au premier alinéa est présenté chaque année par le président du Conseil supérieur de l'audiovisuel en audition publique devant les commissions permanentes chargées des affaires culturelles de chaque assemblée parlementaire. Chaque commission peut adopter un avis sur l'application de la loi, qui est adressé au Conseil supérieur de l'audiovisuel et rendu public. Cet avis peut comporter des suggestions au Conseil supérieur de l'audiovisuel pour la bonne application de la loi ou l'évaluation de ses effets.

# Sommaire

|            |  |            |  |
|------------|--|------------|--|
| 6          | AVANT-PROPOS                             | 123        | <b>CHAPITRE 5</b>  |
| 10         | 2015 EN CHIFFRES                         |            | <b>COOPÉRATION EUROPÉENNE</b>                                  |
| 12         | 2015 : LES DATES À RETENIR               |            | <b>ET INTERNATIONALE</b>                                       |
| <b>17</b>  | <b>ACTIVITÉ DU CONSEIL EN 2015</b>       | 124        | Les coopérations et convergences au sein de l'Union européenne |
| <b>19</b>  | <b>CHAPITRE 1</b>                        | 127        | Les relations internationales                                  |
|            | <b>RESPONSABILITÉ DES MÉDIAS</b>         | <b>131</b> | <b>CHAPITRE 6</b>  |
|            | <b>AUDIOVISUELS À L'ÉGARD DU</b>         |            | <b>RELATIONS INSTITUTIONNELLES</b>                             |
|            | <b>PUBLIC</b>                            |            | <b>ET COMMUNICATION</b>  |
| 20         | Les droits et les attentes du public     | 132        | Les relations avec le Parlement                                |
| 31         | La cohésion sociale et la promotion      | 134        | Les relations avec les collectivités                           |
| 39         | de l'égalité                             | 135        | territoriales  |
| 39         | Le pluralisme politique et les campagnes | 136        | Les relations avec le Gouvernement                             |
|            | électorales                              | 137        | et les administrations   |
| 43         | Les relations avec les téléspectateurs   | 138        | Les relations avec les autorités                               |
|            | et les auditeurs                         | 139        | indépendantes  |
|            |  |            | Les événements   |
|            |  |            | La communication et les relations                              |
| <b>45</b>  | <b>CHAPITRE 2</b>                        |            | avec la presse   |
|            | <b>DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE</b>          |            | Les publications   |
|            | <b>DU SECTEUR AUDIOVISUEL</b>            | <b>143</b> | <b>CHAPITRE 7</b>  |
| 46         | Les services de médias audiovisuels      |            | <b>ORGANISATION</b>  |
| 74         | La régulation des marchés                |            | <b>ET FONCTIONNEMENT</b>                                       |
| 77         | Le financement et la promotion           | 144        | Une nouvelle organisation des services                         |
|            | de la création                           | 144        | Le Secrétariat général aux territoires                         |
|            |  | 146        | et les CTA   |
| <b>85</b>  | <b>CHAPITRE 3</b>                        | 146        | La gestion budgétaire, administrative                          |
|            | <b>MESURE DE L'IMPACT DES</b>            | 150        | et financière  |
|            | <b>DÉCISIONS D'AUTORISATION</b>          |            | La gestion des ressources humaines                             |
|            | <b>DÉLIVRÉES</b>                         | <b>155</b> | <b>ANNEXES</b>   |
|            | <b>AU COURS DE L'ANNÉE 2015</b>          | 156        | 1. Vie du Collège  |
| 86         | Disposition législative, méthodologie    | 169        | 2. Décisions et ordonnances des                                |
|            | retenue et contexte économique           |            | juridictions administratives relatives                         |
| 88         | Dans le secteur de la télévision         |            | à des décisions du CSA   |
| 107        | Dans le secteur de la radio              | 174        | 3. Les avis, délibérations, recommandations                    |
| 113        | Perspectives                             | 175        | et chartes adoptés par le CSA et publiés                       |
|            |  |            | en 2015  |
| <b>115</b> | <b>CHAPITRE 4</b>                        | 177        | 4. CTA - Nominations et renouvellements                        |
|            | <b>INDÉPENDANCE ET PERFORMANCE</b>       |            | de mandats en 2015   |
|            | <b>DE L'AUDIOVISUEL PUBLIC</b>           |            | 5. Communiqués de presse                                       |
| 116        | Les nominations                          |            |  |
| 117        | Le suivi de l'activité des groupes       |            |  |

# *Avant-propos*



© Christophe Calais/CSA

Il y a trente ans cette année, la loi du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication est venue parachever la fin du monopole d'État sur la communication audiovisuelle. Le système mis en place reposait, et repose encore toujours, sur l'affirmation d'une logique : attribution gratuite à des acteurs privés de l'autorisation d'utiliser les fréquences publiques en

échange d'obligations d'intérêt général, visant à garantir le pluralisme, la protection du public et le dynamisme de la création culturelle. Il s'agissait alors d'assurer l'effectivité de la liberté de communication audiovisuelle, dans la mesure où le principal moyen de diffuser un service de radio ou de télévision était d'utiliser des ressources rares, les fréquences du domaine public hertzien.

Malgré un contexte technologique fondamentalement différent, qui a permis une multiplication des modes de diffusion des médias audiovisuels, l'année 2015 n'aura pas démenti l'attractivité de la plateforme hertzienne pour les opérateurs audiovisuels, qui repose en grande partie sur les qualités qui lui sont reconnues : gratuité, anonymat et universalité. Ainsi, l'engagement des opérateurs de télévision tant locaux que nationaux dans le cadre du passage à la TNT HD, les demandes de passage en gratuit de trois services de télévision ou encore les opérations capitalistiques dans le secteur, dues notamment aux opérateurs de télécommunications, illustrent parfaitement cette attractivité. Dès lors, et au-delà même de la loi du 14 octobre 2015 *relative au deuxième dividende numérique* qui a garanti, jusqu'en 2030, les ressources actuelles de la TNT, il est indéniable que

les fréquences hertziennes, du fait de leurs caractéristiques propres, demeureront encore longtemps un élément structurant de la diffusion des contenus audiovisuels.

Toutefois, à l'heure actuelle, la communication audiovisuelle, pas plus que sa régulation, ne se limitent à la diffusion hertzienne. Se développe ainsi une offre foisonnante de services de médias audiovisuels à la demande diffusés *via* des fournisseurs d'accès à internet ou bien directement accessibles sur internet. Ces modes d'accès alternatifs, qui font intervenir des plateformes numériques, sont de plus en plus plébiscités par le public, qui y voit un moyen d'accéder à des programmes plus nombreux, selon une temporalité maîtrisée.

Multiplication des modes d'accès, offre à la fois plus large et plus individualisée des contenus audiovisuels signent-ils pour autant la fin de la rareté ? Rien n'est moins sûr.

En premier lieu, si la révolution numérique a démultiplié les canaux de diffusion des médias audiovisuels, elle n'a pas pour autant résolu les problèmes d'accès non-discriminatoire à ces canaux.

Comme l'a souligné le Conseil supérieur de l'audiovisuel à l'occasion de la consultation lancée pour le *projet de loi pour une République numérique*, le besoin des services audiovisuels de disposer d'une bande passante suffisante est au cœur des enjeux s'attachant à la neutralité d'internet ; le Conseil a, à cette occasion, réaffirmé son attachement à ce principe, sans que son application ne remette en cause les services gérés par les fournisseurs d'accès à internet.

En second lieu, l'abondance de l'offre audiovisuelle fait apparaître un nouvel enjeu de rareté, qui est d'ordre qualitatif. En effet, cette abondance est loin de garantir, à elle seule, l'accès des citoyens à des programmes de qualité, diversifiés et pluralistes. Ainsi, au sein d'une profusion de contenus, il faut encore promouvoir une diversité culturelle réelle et effective des œuvres par la mise en valeur des créations françaises et européennes. À cet égard, il s'agit notamment d'éviter que les algorithmes de recommandation n'enferment l'utilisateur dans des choix téléguidés. De même, afin que ne se creuse pas un déficit de confiance entre les citoyens et l'information diffusée sur internet, il est nécessaire que puisse être distinguée une offre éditoriale audiovi-

uelle garantissant le pluralisme. Enfin, l'identification d'espaces de confiance permettant d'assurer, notamment au jeune public, un accès sans risques, est indispensable. Pluralisme, protection et dynamisme de la création culturelle : ces trois impératifs de la régulation audiovisuelle, piliers de la loi du 30 septembre 1986 *relative à la liberté de communication*, gardent donc tout leur sens dans l'univers d'abondance des contenus, alors même qu'ils ne sont plus nécessairement la contrepartie à l'attribution d'une ressource rare.

Le CSA s'adapte d'ores et déjà à cette nouvelle donne, selon une démarche fortement accentuée depuis 2013.

Sa régulation est plus interactive et itérative. Elle recherche l'association toujours plus étroite des acteurs du secteur et du public à l'élaboration de ses décisions. Ainsi, de grandes consultations publiques nationales, 115 auditions en collège plénier dont plus de 90 publiques et près de 9 000 saisines reçues ont rythmé l'année 2015.

Plus globalement, dans l'environnement numérique, la mise à disposition

du public d'informations sur le secteur doit devenir le support des formes nouvelles de la régulation, à commencer par l'autorégulation et la corégulation. Cette mise à disposition peut prendre la forme d'une diffusion de ses données brutes : ainsi, depuis le début de l'année, le Conseil communique en format ouvert les temps d'intervention des personnalités politiques dans les médias audiovisuels, notamment afin que les citoyens puissent, en se saisissant de ces informations, jouer un rôle d'alerte. En outre, le Conseil développe constamment ses capacités d'expertise et d'observation des évolutions du secteur : pas moins de quinze rapports thématiques et dix études d'impact ont été publiés en 2015. Ainsi, le Conseil entend exercer pleinement sa fonction de vigie, pour le secteur, pour le public et pour le Parlement, en fournissant les indications transparentes et objectives sur les situations de marché, sur la mise en œuvre d'obligations de financement ou de diffusion comme sur l'ensemble des missions de veille qui lui incombent.

C'est à partir de ces connaissances partagées, et de leur appropriation par chacun, que sa régulation peut orienter, sans les contraindre, les progrès de la sphère audiovisuelle, selon les formes nou-

velles qu'il s'attache à mettre en œuvre : les engagements volontaires à travers des chartes, les mécanismes de labellisation et de certification, les partenariats et les mobilisations collectives...

Cette démarche globale d'adaptation de la régulation doit impérativement s'appuyer sur l'échelon européen et y trouver une résonance. Après deux ans de présidence française, dont le point d'orgue fut la réunion à Paris de ses 28 membres au mois d'avril 2015, le groupe européen des régulateurs de l'audiovisuel (ERGA) s'est affirmé comme un interlocuteur de premier plan pour la Commission européenne, notamment à l'approche de la réforme de la directive sur les services de médias audiovisuels

(SMA). Il est aussi devenu le creuset de nouvelles solidarités entre les régulateurs de l'Union alors que l'indépendance de certains d'entre eux est remise en cause.

Si c'est en 2016 que la loi du 30 septembre *relative à la liberté de communication* marquera son trentième anniversaire, celui du Conseil supérieur de l'audiovisuel, créé par la loi du 17 janvier 1989, aura lieu dans trois ans, en 2019. Durant cet intervalle, le Conseil poursuivra sans relâche cet indispensable élan de réforme, afin de s'assurer que la liberté de communication audiovisuelle s'exerce toujours dans le souci de garantir le pluralisme et d'assurer l'intérêt du public.

9

**Olivier Schrameck**  
Président

**560**

réunions de  
groupes de travail

**1 200**

dossiers examinés

**68**

réunions plénières

**311**

décisions ont été  
adoptées par les CTA

**115**

auditions en collège plénier

**700**

moyenne mensuelle des  
messages adressés au Conseil  
via son site

**31**

délégations  
étrangères  
reçues par le  
Conseil

**909 523**

visites sur le site du CSA

# 2015 *en chiffres*

**47**

mises en  
demeure

**2**

sanctions  
administratives

**35**

appels à  
candidatures  
TV

**11**

appels à  
candidatures  
radio

À l'issue de quelque 560 groupes de travail et au cours des 68 réunions de son collège plénier, le Conseil a examiné plus de 1 200 dossiers et a procédé à 115 auditions. Il a rendu 6 avis au Gouvernement et 4 à l'Autorité de la concurrence. Il a adressé aux éditeurs 1 recommandation en vue de l'élection des conseillers régionaux, des conseillers aux assemblées de Corse, de Guyane et de Martinique. Il a également adopté 1 délibération relative au respect des droits des femmes. Enfin, 1 charte a été signée au CSA pour l'usage de la Langue des signes française par les médias audiovisuels.

Il a nommé 1 présidente et 3 administrateurs pour les sociétés de l'audiovisuel public. Par ailleurs, il a reçu 31 délégations étrangères.

Le Conseil a rendu 8 décisions relatives à des demandes de règlement de différends par des opérateurs.

Il a prononcé 47 mises en demeure soulignant des manquements à la loi du 30 septembre 1986 et 2 sanctions administratives portant amende financière ou retrait d'autorisation d'usage des fréquences hertziennes.

## TÉLÉVISION

11

En métropole, le Conseil a lancé 1 appel à candidatures pour des chaînes nationales diffusées en mode haute définition et 34 appels à candidatures pour des chaînes locales dont 32 pour des chaînes locales diffusées en haute définition. Outre-mer, il a délivré 7 autorisations pour des chaînes locales.

Il a signé 26 nouvelles conventions et reçu 6 déclarations pour des services diffusés ou distribués sur des réseaux n'utilisant pas des fréquences assignées par le Conseil.

Il a recensé 170 services de médias audiovisuels à la demande (télévision de rattrapage et service de vidéo à la demande).

## RADIO

En radio analogique, en métropole, le Conseil a mené à leur terme 3 appels à candidatures ; il a lancé 8 appels à candidatures en vue de l'attribution de 422 fréquences ; il a reconduit ou s'est prononcé en faveur de la reconduction hors appel à candidatures d'environ 100 autorisations de fréquences FM. Outre-mer, il a lancé 3 appels à candidatures.

Pour leur part, les comités territoriaux de l'audiovisuel (CTA) ont adopté 311 décisions de différentes natures, qui ont concerné des télévisions locales et des radios.

Le site internet du Conseil a reçu 909 523 visites. Le nombre de pages vues en 2015 s'élève à 3 427 376 pages, soit près de 9 400 pages vues par jour en moyenne.

Le Conseil y a publié 87 communiqués de presse et 39 rapports, comptes rendus ou études. Les téléspectateurs et les auditeurs lui ont adressé 8 906 lettres, courriels ou appels téléphoniques. Chaque mois, il a répondu en moyenne à près de 700 messages arrivés par le biais de son site internet.

# 2015 : les dates à retenir

12



**Le Conseil exprime, dans un communiqué, son émotion à la suite de l'attentat perpétré au siège du journal Charlie Hebdo.**

Deux jours plus tard, il invite les télévisions et les radios à agir avec le plus grand discernement, dans le double objectif d'assurer la sécurité de leurs équipes et de permettre aux forces de l'ordre de remplir leur mission. Il annonce qu'il met en place un suivi du traitement de ces événements tragiques par les médias audiovisuels.



**Le Conseil réunit les télévisions et les radios pour une réflexion commune** sur les questions qui ont pu être soulevées dans l'accomplissement de leur mission d'information lors des attentats perpétrés les 7 et 9 janvier. **Signature, au CSA, de la Charte de qualité pour l'usage de la Langue des signes française (LSF) dans les programmes télévisés**, en présence de Ségolène Neuville, secrétaire d'État chargée des Personnes handicapées et de la Lutte contre l'exclusion, et de Cédric Lorant, président de l'Union nationale pour l'insertion sociale du déficient auditif (UNISDA).



**Publication des résultats de la vague 2014 du baromètre de la Diversité.** Le Conseil relève une meilleure représentation de la diversité des origines des personnes dans la fiction française, seule évolution notable de cette nouvelle vague.



**Conférence de presse au CSA pour lancer la deuxième édition des « 24 heures du sport féminin »,** en présence de Pascale Boistard, secrétaire d'État chargée des Droits des femmes, et de Thierry Braillard, secrétaire d'État chargé des Sports. Cet événement s'est tenu le samedi 24 janvier.



**Après l'avis conforme des commissions parlementaires chargées des affaires culturelles, le Président de la République nomme deux nouveaux membres du CSA : Nicolas Curien,** sur désignation du président du Sénat, et **Nathalie Sonnac,** sur désignation du président de l'Assemblée nationale. Il s'agit des premières nominations en application du nouveau régime de participation du Parlement au choix des membres du CSA, prévu par la loi du 15 novembre 2013 relative à l'indépendance de l'audiovisuel public.



**Le Conseil se réunit dans sa nouvelle composition** et désigne les responsables de ses groupes de travail.



**Il publie une résolution relative aux modalités de nomination du président de France Télévisions.**



**Entrée en vigueur de la recommandation pour les élections départementales** des 22 et 29 mars 2015.



**À la suite de l'analyse de quelque 500 heures de programmes consacrées aux attentats de janvier**, et bien conscient des difficultés propres à la couverture d'une telle actualité, **le Conseil a identifié plusieurs séquences susceptibles de constituer des manquements aux règles de la loi du 30 septembre 1986.** Il prononce 15 mises en garde et 21 mises en demeure à l'encontre de télévisions et de radios.



**À l'occasion de la Journée internationale de la femme et de l'adoption, par le CSA, d'une délibération sur le respect des Droits des femmes**, une réunion est organisée avec Marisol Touraine, ministre des Affaires sociales, de la Santé et des Droits des femmes, Fleur Pellerin, ministre de la Culture et de la Communication, et Pascale Boistard, secrétaire d'État chargée des Droits des femmes.



**Première Journée de la langue française dans les médias audiovisuels**, avec pour slogan « Dites-le en français ». Brigitte Fossey, Érik Orsenna, Augustin Trapenard et Joyce Jonathan en sont les parrains et marraines.



**Le Conseil demande à Mathieu Gallet, président de la société Radio France touchée par un important mouvement de grève**, de lui communiquer l'ensemble des orientations élaborées pour faire face aux déséquilibres financiers de la société en prenant en compte l'intérêt de ses personnels.



**Le Conseil procède à l'ouverture des plis concernant les candidatures à la présidence de France Télévisions.** Il a reçu 33 candidatures.



**Il dresse le bilan de la campagne pour les élections départementales.** Il constate que, de manière générale, le traitement de la campagne a été équilibré, tant au niveau national qu'à celui des circonscriptions.



Soucieux de la sauvegarde des missions de service public, le **Conseil appelle, dans un communiqué, à la mise en œuvre d'une procédure de résolution du conflit à Radio France.**



La troisième réunion des 28 représentants européens de l'audiovisuel se déroule à Paris, à l'initiative d'Olivier Schrameck qui préside l'**European Regulators Group for Audiovisual Media Services (ERGA)**. Elle a pour objet la poursuite des travaux de l'ERGA pour contribuer à la réflexion de la Commission européenne dans le cadre de la révision de la directive *Services de médias audiovisuels*. Une déclaration commune est également adoptée en faveur de la défense de la liberté d'expression.



**Ouverture d'une consultation publique pour préparer les évolutions du paysage télévisuel hertzien terrestre à l'occasion du passage au tout MPEG-4.** Le Conseil souhaite recueillir les contributions des acteurs en vue du lancement d'un appel à candidatures sur la ressource hertzienne qui serait ainsi libérée.



Le **Conseil nomme Delphine Ernotte-Cunci à la présidence de France Télévisions**, pour une durée de cinq ans à compter du 22 août 2015. Il publie sa décision motivée et, le lendemain, le projet stratégique de la nouvelle présidente.



**Ouverture d'une consultation publique sur le déploiement de la radio numérique terrestre en métropole**, au-delà des zones de Paris, Marseille et Nice où elle est actuellement diffusée.



**Réunion au CSA** des responsables des télévisions sur le thème **de la diversité et de la cohésion sociale**.



Les membres du Conseil publient une déclaration commune intitulée : *Nomination à France Télévisions : un choix assumé, un débat pour l'avenir*.



**Pour répondre aux nouveaux enjeux de l'audiovisuel, le CSA réorganise ses services.** Ceux-ci sont désormais répartis en huit directions, un Secrétariat général aux territoires et une cellule Outre-mer, qui préparent et exécutent l'ensemble des décisions prises par le Conseil.



**Audition publique** des 13 candidats déclarés recevables pour l'attribution **d'une fréquence TNT en Île-de-France**.



À la suite de la décision du Conseil d'État sur les requêtes introduites par les chaînes **LCI et Paris Première** à l'encontre des décisions du CSA du 29 juillet 2014 refusant leur passage en mode gratuit, le **Conseil procède à un nouvel examen** de leurs demandes.



**Le rapporteur indépendant** auprès du CSA engage une procédure de sanction à l'encontre de la société **Diversité TV, éditrice de la chaîne Numéro 23**. Cette procédure est fondée sur la modification substantielle de données au vu desquelles l'autorisation a été accordée.



Pour la troisième année consécutive, les télévisions se mobilisent pour diffuser, le jour de la fête nationale, **des messages destinés à promouvoir la diversité de la société française**. Cette année, plusieurs radios s'associent à cette opération.



Dans le cadre de la procédure de sanction engagée le 23 juin à l'encontre de la chaîne Numéro 23, le Conseil entend le **rapporteur indépendant ainsi que les représentants de la chaîne**. Il demande au rapporteur un supplément d'instruction.



Saisi, au mois d'avril, d'une demande d'agrément de la **cession de la chaîne Numéro 23 au groupe NextRadio TV**, le Conseil publie l'étude d'impact qu'il a réalisée à ce sujet. Le même jour, le Conseil lance un appel à candidatures pour l'**édition de chaînes nationales de la TNT en haute définition**.



Le Conseil rend publiques quinze propositions relatives à l'application du principe de pluralisme politique dans les médias audiovisuels, à la suite de la concertation qu'il a menée à ce sujet durant l'année.

00  
SEPT.  
**14**

**Auditions publiques des responsables des chaînes LCI, Paris Première et Planète+,** dans le cadre du nouvel examen de leur demande de passage en TNT gratuite.

00  
SEPT.  
**24**

**Le Conseil auditionne Vincent Bolloré, président des conseils de surveillance de Vivendi et de Groupe Canal+,** sur sa stratégie d'ensemble, les changements dans la structure capitalistique du groupe et dans ses équipes dirigeantes. Sont également évoqués des engagements en faveur de la création et de la diversité, ainsi que les questions relatives à l'indépendance éditoriale du métier de journaliste dans l'indépendance de l'information.

00  
OCTOBRE  
**6**

**Le colloque « Audiovisuel : comment mieux représenter la diversité de notre société ? »** réunit au Conseil de nombreuses personnalités, dont Patrick Kanner, ministre de la Ville, de la Jeunesse et des Sports.

00  
OCTOBRE  
**8**

**Le Conseil sélectionne les douze chaînes nationales retenues pour une diffusion en haute définition,** à la suite de l'appel à candidatures lancé le 29 juillet.

00  
OCTOBRE  
**13**

**Il auditionne la société Diversité TV (Numéro 23),** à la suite de la demande d'agrément de la modification du contrôle de la société éditrice de la chaîne.

00  
OCTOBRE  
**14**

**Le Conseil prononce, à l'encontre de la société Diversité TV, la sanction de retrait de son autorisation d'usage du domaine public hertzien pour la diffusion de la chaîne Numéro 23,** à compter du 30 juin 2016. Cette sanction est prise en raison de modifications capitalistiques intervenues en méconnaissance de la loi du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication.

00  
OCTOBRE  
**19**

**Le Conseil statue sur la nouvelle composition des multiplex nationaux de la TNT,** à la suite de la sélection des candidats retenus pour une diffusion en haute définition. Cette composition sera effective lors du passage de la TNT à la norme MPEG-4, en avril 2016.

00  
OCTOBRE  
**20-22**

Dans le cadre du nouvel examen des demandes présentées par les chaînes LCI, Paris Première et Planète+ pour un passage sur la TNT gratuite, **le Conseil entend en séance publique les tiers qui en ont fait la demande.**

00  
OCTOBRE  
**26**

**Entrée en vigueur de la recommandation pour les élections régionales** des 6 et 13 décembre 2015.

00  
NOV.  
**14**

**À la suite des attentats survenus à Paris et à Saint-Denis le 13 novembre,** le Conseil publie une note aux rédactions, attirant l'attention des télévisions et des radios sur la nécessité de ne donner aucune indication susceptible de mettre en cause le bon déroulement des enquêtes.

00  
NOV.  
**20**

**Début de la campagne télévisée et radio-diffusée sur la signalétique jeunesse,** à l'occasion de la journée anniversaire de la Convention internationale des droits de l'enfant.

00  
NOV.  
**23**

**Le Conseil publie trois nouvelles études d'impact relatives aux demandes de passage en TNT gratuite des chaînes LCI, Paris Première et Planète+.** Il invite les tiers qui le souhaitent à lui faire part de leurs remarques, par le biais d'auditions ou de contributions écrites.

00  
NOV.  
**25**

**Il examine les comptes rendus des événements tragiques du 13 novembre et des jours suivants.** En dehors d'une signalétique inadaptée dans une émission d'information, il n'a pas relevé de manquements dans l'exercice de la responsabilité éditoriale des télévisions et des radios.

00  
NOV.  
**30**

**Le Conseil publie sur son site les observations et les propositions d'engagements formulées par les responsables des chaînes LCI, Paris Première et Planète+.** à la suite de la publication des études d'impact réalisées par le Conseil dans le cadre de l'examen de leur demande de passage en TNT gratuite.

**Ouverture d'un cycle d'auditions** en conclusion de l'étude publiée le 6 novembre par le Conseil **sur la diversité des producteurs sollicités par les groupes historiques de télévision.**

00  
DEC.  
**2-18**

**Le Conseil lance 32 appels à candidatures pour la diffusion sur la TNT de chaînes locales en haute définition.**

00  
DEC.  
**9**

À la suite de la consultation publique sur **la poursuite du déploiement de la radio numérique terrestre**, le Conseil adopte un **calendrier** pour de futurs appels à candidatures en France métropolitaine.

00  
DEC.  
**10**

Nouvelles auditions des responsables des chaînes LCI, Paris Première et Planète+, dans le cadre du réexamen de leur demande de passage en TNT gratuite.

00  
DEC.  
**16**

**Le Conseil rend public son bilan de la campagne pour les élections régionales.** Il constate que les télévisions et les radios, en particulier les chaînes du service public, ont respecté de manière satisfaisante le principe d'équité. Il déplore vivement la faible exposition des enjeux concernant les élections dans les régions des Outre-mer.

00  
DEC.  
**17**

**Le Conseil donne son agrément à la diffusion de la chaîne LCI sur la plateforme en TNT gratuite de LCI.** En revanche, il considère que les situations respectives de Paris Première et de Planète+ ne justifient pas, en l'état, de déroger à l'exigence générale d'un appel à candidatures ouvert.





# *Activité du Conseil en 2015*





# 1 Responsabilité des médias audiovisuels à l'égard du public

Le Conseil supérieur de l'audiovisuel veille au respect des droits et libertés par les médias audiovisuels. Il s'attache à ce que la communication audiovisuelle s'engage dans la lutte pour la promotion de la cohésion sociale et contre les discriminations.

Lors des tragiques attentats survenus en France en 2015, il a été particulièrement vigilant à leur traitement médiatique. 2015 a été également l'année de l'adoption d'une délibération relative au respect des droits des femmes dans les programmes et de la première Journée de la langue française dans les médias audiovisuels.

Un colloque organisé au CSA au mois d'octobre a permis d'approfondir les questions liées à la représentation de la société française à la télévision et à la radio. Enfin, dans la perspective de l'élection présidentielle de 2017, le Conseil a rendu publiques, au terme d'une large concertation, 15 propositions de réforme ou d'évolution des règles imposées aux médias audiovisuels pour la couverture de la campagne.

## LES DROITS ET LES ATTENTES DU PUBLIC

### Respect des droits et libertés

L'activité du Conseil au cours de l'année 2015 en matière de déontologie a été particulièrement marquée par l'examen de la couverture médiatique des attentats commis en France, d'abord les 7 et 9 janvier, puis le 13 novembre 2015.

Conscient des difficultés propres à la couverture d'une telle actualité, le Conseil avait invité, par une note aux rédactions du 9 janvier, les télévisions et les radios à agir avec le plus grand discernement, notamment en vue de permettre aux forces de l'ordre de remplir leur mission avec toute l'efficacité requise. Puis il avait réuni, le 15 janvier, les responsables des chaînes de télévision et des radios pour une réflexion commune.

Parallèlement, dans l'exercice des missions de contrôle qui lui sont confiées par la loi, il s'est assuré du respect des principes et des règles de la communication audiovisuelle par ces médias. Parmi les quelque cinq cents heures de programmes analysées, il a identifié des séquences susceptibles de constituer des manquements.

C'est ainsi que le Conseil, le mercredi 11 février 2015, a relevé 36 manquements dont 15 ont donné lieu à une mise en garde et 21, plus graves, ont conduit à des mises en demeure à l'encontre de 13 chaînes de télévision et de radio. Dans leur grande majorité, ces avertissements concernaient la diffusion d'informations qui, méconnaissant les règles élémentaires de prudence permettant d'assurer le maintien de la sécurité publique et la sauvegarde de l'ordre

public, contrevraient aux dispositions de l'article 1<sup>er</sup> de la loi du 30 septembre 1986. Pour deux services, le Conseil a également relevé la divulgation d'éléments précis de nature à conduire à l'identification des suspects et, partant, susceptibles de nuire aux procédures judiciaires alors en cours. Le Conseil est également intervenu après avoir constaté la diffusion, par un service de télévision, d'une séquence attentatoire à la dignité de la personne humaine.

En revanche, la couverture des attentats du 13 novembre 2015 n'a pas donné lieu, aux yeux du Conseil, à de nouveaux manquements, ce qui tend à démontrer l'efficacité de son action régulatrice en début d'année. Le 14 novembre, il avait adressé une note aux rédactions pour attirer leur attention sur la nécessité de ne donner aucune indication susceptible de mettre en cause le bon déroulement des enquêtes en cours.

Par ailleurs, le Conseil a reçu un grand nombre de saisines, portant sur des questions liées au respect des droits et libertés. Ses interventions ont notamment porté sur des questions relatives aux droits de la personne, à la diversité des points de vue, à la rigueur dans la présentation et le traitement de l'information ou encore à la maîtrise de l'antenne. Les principales concernaient toutefois l'encouragement à des comportements discriminatoires, en particulier en raison de la religion.

Le Conseil a adressé aux éditeurs concernés des courriers leur rappelant leurs obligations et devoirs en matière de lutte contre les discriminations.

En plusieurs occasions, le Conseil a prononcé des mises en demeure :

- le 4 mars 2015, le Conseil a mis en demeure un service de télévision et un service de radio pour avoir diffusé simul-

tanément une séquence de nature à banaliser et à propager des comportements discriminatoires contraires aux principes de promotion de la cohésion sociale, de lutte contre les discriminations et d'interdiction de toute forme d'incitation à la haine ou à la violence ;

- le 1<sup>er</sup> juillet 2015, il a mis en demeure un service de télévision à la suite de la diffusion, sans intervention dénonciatrice ou modératrice de l'animateur, de propos émanant d'un invité de nature à stigmatiser un groupe de personnes du fait de leur handicap et à alimenter les discriminations. De tels propos apparaissaient en effet en contradiction avec les obligations conventionnelles de maîtrise de l'antenne, de promotion des valeurs d'intégration et de solidarité qui sont celles de la République et de lutte contre les discriminations qui incombent au service.

Enfin, le 23 avril 2015, le Conseil a mis en demeure la société Eutelsat de faire cesser la diffusion d'une chaîne étrangère relevant de la compétence de la France - en application des dispositions de l'article 43-4 de la loi du 30 septembre 1986 - pour atteinte au respect de la dignité de la personne humaine, en contravention avec les articles 1<sup>er</sup> et 15 de la loi de 1986 précitée ; l'arrêt de la diffusion de la chaîne est intervenu le 30 avril 2015.

### L'activité du groupe de travail « Respect des droits et des libertés » en 2015

Le Conseil compte parmi ses missions celle de veiller au respect des droits et libertés à la télévision, à la radio et sur les services de médias audiovisuels à la demande. Si les principes fondamentaux figurent dans la loi

du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication, les obligations déontologiques se sont essentiellement traduites dans les conventions conclues avec les éditeurs privés et dans les cahiers des charges des éditeurs publics.

Relèvent ainsi du contrôle du Conseil le respect de la dignité de la personne humaine, la sauvegarde de l'ordre public, la lutte contre les discriminations, le maintien de l'ordre public et l'honnêteté des programmes.

Pour remplir sa mission, le Conseil s'appuie bien évidemment sur les définitions et les compétences issues de la loi du 30 septembre 1986, et dispose d'outils efficaces : il intervient dans la rédaction des conventions des éditeurs privés et rend des avis sur les cahiers des charges des éditeurs publics, il publie des recommandations et il échange régulièrement avec les professionnels du secteur sur des sujets fondamentaux liés au respect des droits et libertés dans les médias audiovisuels.

Les interventions du Conseil en matière de droits et libertés ont souvent trouvé leur fondement dans le manque de rigueur dans la présentation et le traitement de l'information. Depuis 2014, le Conseil est de plus en plus régulièrement saisi concernant des problématiques en lien avec le traitement de conflits internationaux et d'actes terroristes et avec les tensions qui peuvent parfois en découler au sein de la communauté nationale.

En 2015, en dehors du traitement des attentats qui ont frappé la France, la majorité des saisines reçues ont concerné des propos ou commentaires d'informations que les requérants estimaient discriminatoires. Les interventions du Conseil ont porté sur différents aspects relatifs, notamment, aux droits de la personne, à la diversité des points de vue, à la

rigueur dans la présentation et le traitement de l'information, ou encore à la maîtrise de l'antenne. Les principales concernaient toutefois l'encouragement à des comportements discriminatoires, notamment en raison de la religion. Le Conseil a adressé à certains éditeurs des courriers afin de leur rappeler leurs obligations et devoirs en matière de lutte contre les discriminations. En trois occasions, il a mis en demeure certains éditeurs de respecter leurs obligations en la matière.

Le groupe de travail « Respect des droits et des libertés », dont la présidence et la vice-présidence sont assurées respectivement par M. Nicolas About et M<sup>me</sup> Mémona Hintemann-Afféjee, s'est réuni plus d'une vingtaine de fois en 2015.

### Nombre de dossiers examinés

22

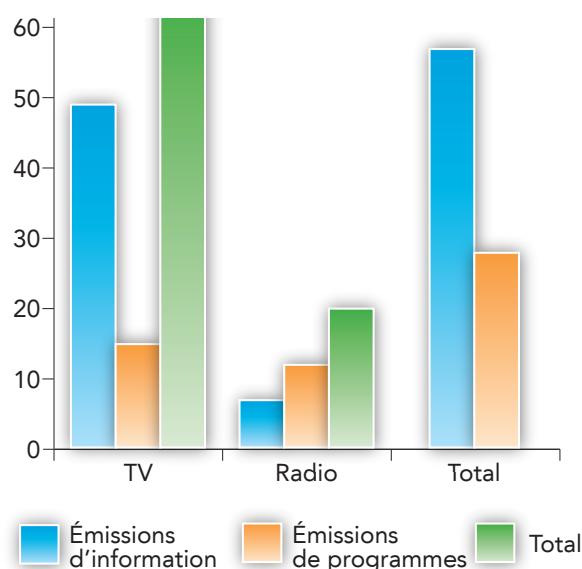
Une partie très importante de l'activité du groupe de travail a consisté dans le visionnage et dans l'analyse de plus de 500 heures de programmes consacrés aux attentats survenus entre le 7 et le 9 janvier 2015.

Ce travail a abouti aux nombreuses interventions décidées par le Conseil le 11 février, sanctionnant les multiples manquements constatés.

Parmi les 87 autres dossiers examinés durant l'année 2015, 66 concernaient des services de télévision, et 21 des éditeurs de radio. Par ailleurs, 58 dossiers étaient relatifs à des émis-

sions d'information, et 29 à des émissions de programme.

### Les dossiers examinés en groupe de travail



### Nombre de manquements constatés

Lorsqu'un manquement est constaté, le Conseil demande systématiquement, avant toute intervention formelle, des éléments d'explication à l'éditeur concerné pour mieux cerner les conditions dans lesquelles le manquement est survenu, et pour définir si une action du Conseil doit être envisagée. Il peut également recevoir en audition les éditeurs ou des associations sur des sujets de réflexion communs. Le Conseil entretient un dialogue continu et approfondi avec les éditeurs sur les questions relatives au respect des droits et libertés.

### Les actions du CSA en cas de manquements constaté

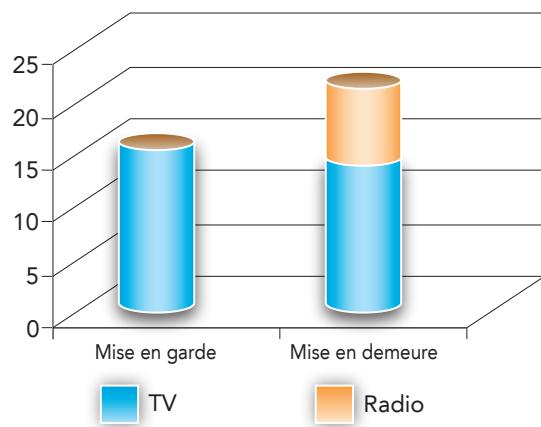
|   |   |
|---|---|
| <b>Lettre de rappel de la réglementation</b>      | <i>Lettre à vocation informative ou pédagogique</i>   |
| <b>Lettre de mise en garde</b>                    | <i>Lettre constatant un manquement avéré dont la réitération pourrait entraîner une mise en demeure</i>   |
| <b>Mise en demeure</b>                            | <i>Intervention à valeur d'avertissement et/ ou à vocation pédagogique lorsqu'une atteinte caractérisée aux obligations de l'éditeur est constatée<br/>Préalable nécessaire à l'ouverture d'une procédure de sanction</i> |
| <b>Ouverture d'une procédure de sanction</b>      | <i>En cas de réitération d'un manquement de même nature que celui ayant fait l'objet d'une mise en demeure</i>  |
| <b>Notification et publication de la sanction</b> | <i>Décision de sanction</i>   |

Lorsque le Conseil constate des manquements manifestes à la déontologie, il dispose de plusieurs moyens pour agir. Ils sont divers et proportionnés aux manquements constatés. L'activité du groupe de travail a été extrêmement dense en 2015 en raison principalement des attentats qui ont frappé la France aux mois de janvier puis de novembre 2015.

### Les attentats de janvier 2015

Le Conseil a examiné le traitement des différents événements intervenus entre le 7 et le 9 janvier par les services de radio et de télévision. Après avoir analysé environ 500 heures de programmes, il a identifié un certain nombre de séquences susceptibles de constituer des manquements de certains services à leurs obligations.

**Réuni en formation plénière le 11 février 2015, le Conseil a relevé 36 manquements dont 15 ont donné lieu à des mises en garde et 21, plus graves, ont justifié des mises en demeure.**



Ces décisions ont porté sur les faits suivants :

- la diffusion d'images issues de la vidéo montrant un policier abattu par les terroristes ;
- la divulgation d'éléments permettant l'identification des frères Kouachi ;
- la divulgation de l'identité d'une personne mise en cause comme étant l'un des terroristes ;

- la diffusion d'images ou d'informations concernant le déroulement des opérations en cours, alors que les terroristes étaient encore retranchés à Dammartin-en-Goële et à l'Hyper Cacher de la Porte de Vincennes ;
- l'annonce que des affrontements avaient lieu à Dammartin-en-Goële alors qu'Amedy Coulibaly était encore retranché à la Porte de Vincennes ;
- la diffusion d'informations concernant la présence de personnes cachées dans les lieux de retranchements des terroristes, alors que les assauts n'avaient pas encore été menés par les forces de l'ordre et qu'un risque pesait donc toujours sur leur vie ;
- la diffusion des images de l'assaut mené par les forces de l'ordre dans le magasin Hyper Cacher de la Porte de Vincennes.

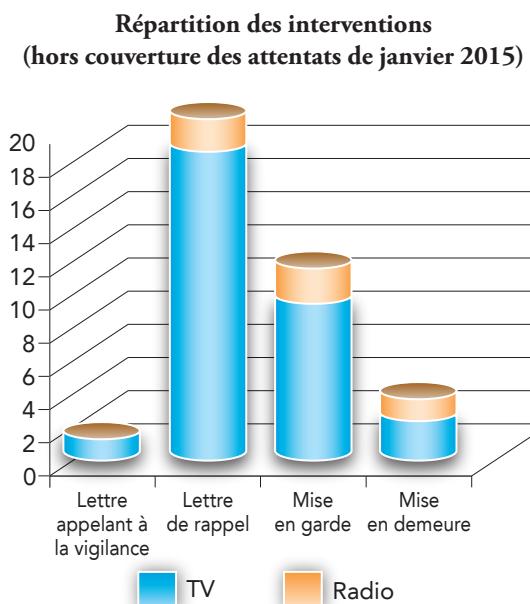
### Les autres interventions en matière de droits et libertés

En dehors du traitement de ces attentats du mois de janvier, le Conseil a relevé 35 manquements des éditeurs de télévision et de radio à leurs obligations en matière de droits et libertés, ce qui est bien supérieur par rapport à l'année précédente car le taux d'interventions s'élève à plus de 40 % des dossiers traités (hors attentats).

#### • Les mises en demeure

Trois mises en demeures ont été prononcées en 2015 à la suite de manquements d'éditeurs de radio et de télévision à leurs obligations en matière de lutte contre les discriminations, d'incitation à la haine ou d'encouragement à des comportements discriminatoires.

La première a été prononcée contre deux éditeurs après qu'un journaliste ait demandé à son invité si le Premier ministre français était « *sous influence juive* ». Le Conseil a considéré que la réponse qu'une telle question tendait à provoquer, dans le contexte de cet échange, et



24

la formulation-même de cette question étaient de nature à banaliser et à propager des comportements discriminatoires contraires aux principes dont la garantie lui est confiée. Le Conseil a également mis en demeure de respecter ses obligations en la matière une chaîne de télévision ayant diffusé une séquence au cours de laquelle un humoriste, évoquant la participation à l'Eurovision du groupe finlandais PKN composé de personnes atteintes de trisomie, a déclaré « *On va les niquer les trisomiques* ».

### • Les mises en garde

Onze mises en garde ont été adressées en 2015 : deux concernaient des propos tenus sur les antennes radiophoniques (encouragement à des comportements discriminatoires, maîtrise de l'antenne), neuf à l'encontre de télévisions (deux en raison de manquements à la rigueur dans la présentation et le traitement de l'information, une concernant l'utilisation de la caméra cachée, quatre en raison d'atteintes aux droits de la personne, une concernant des propos humiliants à l'égard d'une personne et une en ce qui concerne la problématique du droit à l'oubli).

- **Les courriers de rappel  
de la réglementation**

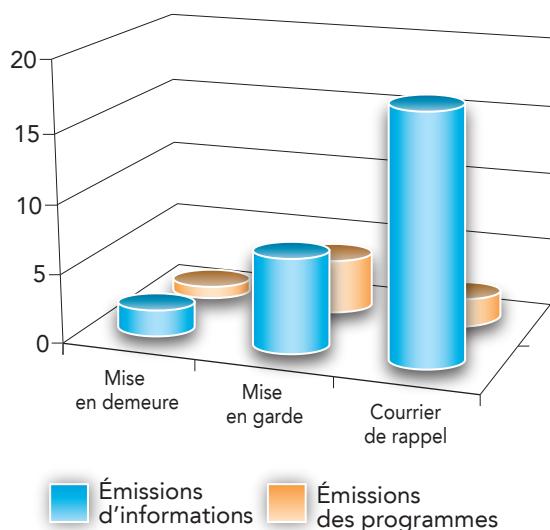
Les interventions les plus nombreuses sont les courriers de rappel à la réglementation, 20 ayant été envoyés. Dix-huit concernaient des chaînes de télévision, deux des radios. Il est à ajouter qu'à une occasion, le Conseil a, alors qu'il n'avait pas relevé de manquement caractérisé d'une chaîne de télévision à ses obligations déontologiques, décidé d'adresser à ses responsables un courrier leur demandant de faire preuve de vigilance dans l'animation de débats portant sur certains sujets sensibles.

Les courriers adressés concernaient des manquements aux droits de la personne (six), à l'honnêteté ou à la rigueur dans la présentation et le traitement de l'information (trois), à la dignité de la personne humaine (deux), à la nécessité de ne pas encourager des comportements discriminatoires (quatre), à l'obligation d'assurer la diversité des points de vue lorsqu'un sujet prêtant à controverse est abordé à l'antenne (deux). Deux courriers ont été adressés pour regretter une absence d'avertissement préalablement à la diffusion d'images difficiles et un avait pour objet l'utilisation de la caméra cachée.

Sur ces 35 interventions du Conseil prises en 2015 en matière de respect des droits et libertés (en dehors de celles concernant la couverture des attentats de janvier), 28 concernaient des émissions d'information (dont deux mises en demeure et sept mises en garde) et 7 des émissions de programme (dont une mise en demeure et quatre mises en garde). Enfin, il est à souligner que le Conseil a été saisi à 4 reprises par des détenus se plaignant des difficultés occasionnées par la diffusion d'émissions consacrées aux affaires judiciaires à la suite desquelles ils ont été incarcérés. En une occasion, le Conseil a pronon-

cé une mise en garde sur le fondement des droits de la personne, des éléments d'identification non nécessaires à l'information du public ayant été diffusés en ce qui concerne des membres de la famille du détenu.

#### Répartition des interventions par catégorie de programme



Toutefois, en ce qui concerne les autres saisines, au regard de la législation et de la jurisprudence actuelles, qui ne consacrent pas explicitement l'existence d'un droit à l'oubli en faveur notamment des personnes détenues ou ayant purgé une peine de prison, l'action du Conseil était limitée. Le Conseil a décidé d'engager une réflexion, notamment avec le Contrôleur général des lieux de privation de liberté, afin d'envisager de quelle manière les émissions consacrées aux affaires judiciaires pour lesquelles des personnes sont toujours incarcérées pourraient être mieux encadrées

## Jeunesse et protection des mineurs

### Les principales interventions

Le Conseil a relevé, en 2015, 23 manquements aux règles de protection des mineurs justi-

fiant une intervention auprès de services de télévision ou de radio. Ces manquements ont donné lieu à l'envoi de courriers de rappel à la réglementation, ainsi qu'à une mise en garde.

### À la télévision

- **La signalétique et les horaires de diffusion**

Le Conseil est intervenu à plusieurs reprises auprès de chaînes de télévision pour leur signaler que la classification choisie pour un programme n'était pas appropriée. Ces interventions portaient sur des fictions (films, série, animation), des émissions de plateau et un documentaire. Le Conseil a demandé aux chaînes concernées de rectifier la signalétique de ces programmes en cas de rediffusion et de respecter, le cas échéant, les horaires de diffusion associés.

Il est par ailleurs intervenu au sujet de l'heure de diffusion d'une vidéomusique qui comportait de nombreuses références à la drogue, ainsi que des images à connotation sexuelle susceptibles de heurter la sensibilité des plus jeunes. Il a demandé aux chaînes ayant programmé cette vidéomusique de la diffuser à l'avenir après 22 heures, conformément à la recommandation du 7 juin 2005 relative à la signalétique jeunesse et à la classification des programmes.

- **Les bandes-annonces**

Le Conseil est vigilant quant au contenu des bandes-annonces de programmes, qui ne doivent pas comporter de scènes susceptibles de heurter la sensibilité du jeune public. En 2015, il est intervenu auprès d'un diffuseur n'ayant pas respecté cette précaution.

- **Les publicités**

Saisi par de nombreux téléspectateurs, le Conseil a écrit aux chaînes de télévision ayant

diffusé une publicité pour le DVD d'un film montrant en gros plan des personnages de zombies, afin de leur demander de ne pas la diffuser à l'avenir avant 22 heures au regard de son caractère potentiellement effrayant pour le jeune public. Le Conseil a également écrit à l'Autorité de régulation professionnelle de la publicité afin de l'informer de cette analyse et de lui demander d'en tenir compte dans le cadre de ses prochains avis.

- **L'avertissement préalable du public dans les journaux ou les émissions d'informations**

À la suite de la diffusion, sur plusieurs chaînes de télévision, de l'image du corps d'un enfant syrien retrouvé mort sur une plage en Turquie, le Conseil a adressé un courrier à deux éditeurs afin de leur rappeler qu'ils doivent veiller à alerter les téléspectateurs lorsque des images difficilement soutenables sont présentées à l'antenne, en application de l'article 1<sup>er</sup> de la délibération du 7 juin 2005 concernant la signalétique jeunesse et la classification des programmes.

- **L'intervention des mineurs dans des émissions de télévision**

Alerté par des parents ayant constaté la diffusion, sans leur autorisation, de l'image de leur fils dans une émission, le Conseil a mis en garde la chaîne concernée en lui rappelant qu'il était indispensable, préalablement à la diffusion d'images de mineurs, de recueillir l'autorisation des titulaires de l'autorité parentale, conformément à sa délibération du 17 avril 2007 relative à l'intervention de mineurs dans le cadre d'émissions de télévision. Cette mise en garde portait également sur le respect des droits de la personne, le Conseil ayant constaté que des propos moqueurs et humiliants avaient été tenus vis-à-vis du mineur concerné.

## À la radio

En 2015, le Conseil est intervenu auprès d'un éditeur de radio à la suite de la diffusion, au cours de la journée, d'une annonce pour une émission contenant l'extrait d'un échange de propos crus et explicites relatifs à la sexualité. Le Conseil a estimé que le choix de cet extrait était inapproprié au regard de l'horaire de sa diffusion, en application de la délibération du 10 février 2004 relative à la protection de l'enfance et de l'adolescence à l'antenne des services de radiodiffusion sonore.

## Le renouvellement du Comité d'experts du jeune public

Le 30 septembre 2015, le Conseil a décidé de renouveler la composition du Comité d'experts du jeune public, le mandat des membres étant arrivé à échéance en mai 2015.

Il a reconduit, pour une durée de deux ans, le mandat de M. Olivier Houdé, professeur en psychologie expérimentale du développement de l'enfant, et a nommé, pour la même durée :

- M. Olivier Andrieu-Gérard, coordinateur du pôle « Médias-usages numériques » à l'UNAF ;
- M<sup>me</sup> Geneviève Avenard, Défenseure des enfants auprès du Défenseur des droits ;
- M<sup>me</sup> Carina Chatain, responsable du pôle « Éducation au numérique » à la CNIL ;
- M<sup>me</sup> Béatrice Copper-Royer, psychologue spécialiste de l'enfant et de l'adolescent, cofondatrice de l'association e-enfance ;
- M. Georges Picherot, pédiatre, ancien chef du service pédiatrie du CHU de Nantes ;
- M. Jean-Pierre Rosenczveig, magistrat honoraire, ancien président du Tribunal pour enfants de Bobigny et expert UNICEF ;
- M<sup>me</sup> Laurence Tellier-Loniewski, avocate.

Ce comité, réunissant des personnalités aux compétences diverses et complémentaires, a été créé par le Conseil en 2005. Sa mission est d'examiner des sujets relatifs à la protection de l'enfance dans les médias audiovisuels, d'analyser des programmes susceptibles de soulever des interrogations et d'accompagner les travaux du groupe de travail chargé de la protection du jeune public.

## Les campagnes de sensibilisation du public à la protection des mineurs

Comme chaque année, le Conseil a organisé les deux campagnes relatives à la protection du jeune public à la télévision.

### La campagne relative à la signalétique jeunesse

À l'occasion de la journée anniversaire de la Convention internationale des droits de l'enfant, le 20 novembre 2015, le Conseil a reconduit la campagne sur la signalétique jeunesse. Il a demandé à toutes les chaînes de télévision ainsi qu'aux éditeurs et aux distributeurs de services de médias audiovisuels à la demande de diffuser, durant une période de trois semaines au moins, les deux films qu'il avait produits en 2014.

Ces deux films 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. Leurs slogans sont les suivants : « *Les images violentes, on doit les éviter, sinon il faut en parler* » et « *Les images choquantes, on doit les éviter, sinon il faut en parler* », plaçant ainsi le dialogue au cœur du message.

De nombreuses stations de radio se sont volontairement associées à cette campagne

en diffusant, durant une semaine environ, le message faisant écho aux films télévisés.

Par ailleurs, au cours de la campagne, les pages interactives du site du Conseil consacrées à la protection du jeune public ([www.csa.fr/csajeunesse](http://www.csa.fr/csajeunesse)) ont été ouvertes, permettant aux jeunes et aux adultes de poser des questions et de s'exprimer sur les forums de discussion mis en place.

### La campagne sur la protection des enfants de moins de 3 ans

Une campagne sur la protection des plus petits est prévue par la délibération du 22 juillet 2008 visant à protéger les enfants de moins de trois ans des effets de la télévision, en particulier des services présentés comme spécifiquement conçus pour eux.

Dans ce cadre, il revient aux chaînes de concevoir et de diffuser, sous la forme de leur choix, un message à partir des informations mises à disposition par le Conseil, notamment sur son site internet, et visant à sensibiliser le public aux dangers présentés par la télévision en ce qui concerne les enfants de moins de trois ans.

Le Conseil a souhaité que cette année soit l'occasion de renouveler certains des films diffusés dans le cadre de cette campagne. Compte tenu des délais nécessaires pour aménager certains messages, il a décidé de reporter la diffusion de cette campagne en février 2016.

Les chaînes se sont fortement mobilisées pour donner un large écho à cette campagne. À ce titre, elles ont été nombreuses à réaliser de nouveaux messages. Ainsi, les groupes TF1, France Télévisions, Canal+, M6 et les chaînes NRJ12 et Numéro 23 ont réalisé un message commun qui a été diffusé sur de nombreuses chaînes, tant nationales que locales.

## Communications commerciales et protection des consommateurs

### Définition de la publicité

Le Conseil est intervenu au printemps auprès de plusieurs chaînes de télévision au sujet d'un message en faveur de la vente de médicaments en grande surface. Ce message, dont l'objectif premier était de promouvoir des idées et d'influencer l'opinion publique, ne répondait pas à la définition de la publicité.

De plus, la mention d'une pétition renforçait son caractère militant. Le Conseil est de nouveau intervenu sur le même fondement quelques mois plus tard, après avoir constaté la diffusion d'un message quasi identique, seule la fin ayant été légèrement modifiée. Il a mis en garde les chaînes l'ayant diffusé et a fait part de ces décisions à l'Autorité de régulation professionnelle de la publicité, qui avait délivré des avis favorables avant la diffusion de ces messages.

### Diffusion des messages publicitaires et volumes publicitaires autorisés

Le Conseil est intervenu à quatre reprises en raison de manquements relatifs aux modalités de diffusion des messages publicitaires à la télévision. Il a rappelé la nécessité d'une claire identification des écrans publicitaires, du strict respect de la durée maximale de publicité autorisée lors de l'interruption d'une œuvre cinématographique et de la

durée réglementaire de 20 minutes entre deux interruptions publicitaires successives à l'intérieur d'une émission.

Le Conseil a également écrit à trois services de télévision au sujet de dépassements du volume publicitaire autorisé pour une heure d'horloge donnée.

### Publicité clandestine

Le Conseil est intervenu à plusieurs reprises au cours de l'année 2015 auprès de services de télévision après avoir constaté la diffusion de séquences constitutives de publicité clandestine. Il a notamment estimé que plusieurs éléments d'un reportage consacré aux coulisses d'un grand magasin parisien mettaient en valeur l'enseigne au point de lui conférer une dimension promotionnelle.

Il a, par ailleurs, mis en garde un éditeur à la suite de la diffusion d'un message présentant, hors écran publicitaire, un concours faisant référence à une œuvre cinématographique en cours d'exploitation dans les salles. Le Conseil a considéré qu'une telle pratique était constitutive de publicité clandestine et revêtait un caractère publicitaire en faveur du cinéma, secteur interdit de publicité télévisée.

### Parrainage

Le 14 janvier 2015, l'éditeur d'une radio nationale a été mis en demeure de se conformer aux dispositions des articles 8 et 9 du décret du 6 avril 1987 fixant le régime applicable à la publicité et au parrainage sur les radios privées, après avoir diffusé plusieurs séquences de parrainage constitutives de publicités non identifiées.

Par ailleurs, le Conseil a écrit à une chaîne ultramarine du service public en raison de manquements aux règles de parrainage d'un jeu télévisé.

## Promotion de produits relevant de secteurs interdits de publicité

L'article L. 3323-2 du code de la santé publique interdit toute publicité ou propagande, directe ou indirecte, en faveur de boissons alcooliques, que ce soit dans les écrans publicitaires ou en dehors. Le Conseil est intervenu sur ce fondement auprès d'un service de télévision après avoir constaté la présence et la consommation d'alcool sur le plateau d'une émission de divertissement durant laquelle l'animateur a offert deux magnums de vin à ses invités, lesquels ont ensuite été servis. Il a considéré que de nombreux éléments avaient renforcé le caractère complaisant de cette séquence à l'égard de la consommation d'alcool.

Par la suite, il a mis en garde cet éditeur après avoir constaté un manquement similaire, sous couvert d'humour et de divertissement, dans une autre émission de la même chaîne.

## Placement de produit

Le Conseil est intervenu auprès d'une chaîne au sujet d'un placement de produit constaté dans un épisode d'un programme court humoristique. Il a considéré que le produit placé était mis en avant de manière injustifiée, contrevenant ainsi à la délibération du 16 février 2010 modifiée relative au placement de produit dans les programmes

des services de télévision. En effet, le produit placé était l'objet même de l'intrigue et le discours valorisant tenu par un des personnages de cette fiction appelait l'attention du téléspectateur sur le produit « portes blindées » des voisins.

## Réponse à la consultation publique de la commission européenne sur la révision de la directive *Services de médias audiovisuels* sur les règles applicables en matière de protection des consommateurs

À l'été 2015, la Commission européenne a organisé une consultation publique en vue d'une possible évolution de la directive *Services de médias audiovisuels*. S'agissant des communications commerciales, le Conseil a répondu qu'il était attaché aux règles actuelles d'encadrement tant quantitatif que qualitatif de la publicité et qu'il souhaitait leur maintien. Ces règles sont en effet essentielles pour assurer la protection des consommateurs et garantir la distinction entre le contenu éditorial d'un côté et le contenu promotionnel de l'autre. Concernant plus précisément les SMAD, le Conseil a appelé l'attention sur le manque de réglementation à l'heure où les pratiques évoluent.

## Santé

L'année 2015 a été marquée par la mise en place du dispositif d'alerte canicule au cours de l'été et l'application de la nouvelle charte alimentaire.

## Le plan canicule

S'agissant de la mise en place du plan canicule, comme chaque année, et d'après les modalités communiquées par la ministre des Affaires sociales, de la Santé et des Droits des femmes, le Conseil a informé les opérateurs des messages à diffuser lors de l'activation du plan canicule. Celui-ci a été activé le 2 juillet et levé le 8 juillet 2015. Le Conseil a constaté une bonne mobilisation des chaînes de télévision et des radios.

## La charte alimentaire

En ce qui concerne la charte du 18 février 2009, visant à promouvoir une alimentation et une activité physique favorables à la santé dans les programmes et les publicités diffusés à la télévision, un nouveau texte a été signé le 21 novembre 2013 pour une durée de cinq ans.

Cette nouvelle charte alimentaire, qui a pris effet le 1<sup>er</sup> janvier 2014, renforce les engagements pris en matière de lutte contre l'obésité et de prévention des maladies cardiovasculaires en tenant compte des nouveaux modes de diffusion de la télévision (sites internet et télévision de rattrapage). Elle possède, par ailleurs, une portée plus étendue puisqu'elle concerne désormais trente-six chaînes (y compris celles diffusées outre-mer), contre dix-neuf auparavant.

De plus, le volume minimum de diffusion d'émissions consacrées à l'hygiène de vie est désormais compris entre 587 et 753 heures alors qu'il était compris entre 340 et 470 heures dans le texte initial. Le premier rapport d'application de cette nouvelle charte a été publié en 2015.

Dans ce rapport, le Conseil a relevé que, globalement, les nouvelles stipulations de cette dernière ont bien été respectées :

- 1 410 heures de programmes faisant la promotion d'une bonne alimentation et d'une activité physique régulière ont été diffusées en 2014, soit 187 heures de plus que pour l'exercice 2013 ;
- les programmes consacrés à une bonne hygiène de vie ont été largement repris sur la télévision de rattrapage.

Par ailleurs, le Conseil a relevé un investissement particulier des chaînes jeunesse en ce qui concerne le respect des engagements de la charte et la diffusion des programmes de promotion d'une bonne hygiène de vie. Il a également relevé une augmentation du volume des émissions consacrées à l'exercice physique sur ces chaînes qui ont modifié leur programmation en misant sur des programmes innovants.

Néanmoins, le Conseil a estimé que les programmes et/ou sujets informant sur l'importance d'un bon sommeil pour l'équilibre et le bon fonctionnement du métabolisme pourraient être plus nombreux sur l'ensemble des chaînes signataires de la charte. Il a, par ailleurs, regretté que les Journées européennes de l'obésité n'aient pas été relayées par l'ensemble des chaînes signataires de la charte.

Enfin, il a encouragé le Syndicat des producteurs de films d'animation (SPFA) à produire, conformément au dixième engagement de la charte, un nouveau programme pour 2015 et 2016. Il a également encouragé les chaînes locales de l'Hexagone et d'outre-mer à s'investir davantage dans la promotion d'une bonne hygiène de vie.

## Sport

### L'ouverture d'une réflexion sur l'encadrement publicitaire des retransmissions télévisées de compétitions sportives

Le 16 septembre 2015, le Conseil a lancé une réflexion sur l'encadrement publicitaire des retransmissions télévisées de compétitions sportives.

Cette démarche se situe dans le droit fil de demandes régulières du monde sportif, particulièrement des ligues professionnelles, visant à assouplir la réglementation en matière de communications commerciales audiovisuelles.

Le cadre de la réflexion porte sur l'opportunité d'ouvrir certaines possibilités :

- autoriser les organisateurs de compétitions sportives à insérer, au cours des retransmissions, des publicités virtuelles ;
- assouplir les règles en matière de parrainage audiovisuel ;
- assouplir la position du Conseil sur le partenariat-titre (*naming*) des compétitions.

Le Conseil a donné mandat aux groupes de travail « Sport » et « Protection des consommateurs » pour engager un cycle d'auditions en vue de réunir les points de vue des acteurs de la diffusion audiovisuelle de programmes sportifs : ministères, fédérations et ligues sportives, chaînes de télévision diffusant du sport, annonceurs et partenaires économiques du sport, associations de consommateurs.

Les conclusions de cette réflexion seront rendues publiques au cours du premier semestre 2016.

## LA COHÉSION SOCIALE ET LA PROMOTION DE L'ÉGALITÉ

### Représentation de la diversité

L'année 2015 a été marquée par des actions d'envergure de la part du Conseil.

Il a tout d'abord décidé d'organiser, le 28 mai 2015, une réunion avec les dirigeants des chaînes de télévision hertziennes afin de réfléchir ensemble au renforcement du rôle qu'elles peuvent jouer pour contribuer à la représentation de l'égalité et de la diversité au sein de la société française. L'objectif de cette rencontre était de parvenir à la mise en œuvre par les chaînes d'initiatives concrètes, tant à l'antenne que dans la gestion de leurs ressources humaines. Plusieurs initiatives ont émergé à la suite de cette réunion et ont commencé à être mises en application.

À l'occasion du 14 juillet 2015, le Conseil a sollicité, pour la troisième année consécutive, les chaînes de télévision pour promouvoir les actions en faveur de la représentation de la diversité de la société française et de la cohésion sociale, en produisant et diffusant, à leurs frais, des messages d'environ une minute sur le thème « Nous sommes la France ». Toutes les chaînes (France Télévisions, France Médias Monde, TF1, Canal+, M6, Nextradio TV, Gulli, L'Équipe 21 et

Numéro 23) ont accepté de renouveler l'opération, certaines en créant même un nouveau message. Parmi les exemples les plus notables, les messages du groupe France Télévisions ont pris le parti de l'humour et d'un ton décalé, afin de faire prendre conscience aux téléspectateurs de l'existence des stéréotypes avec de faux messages publicitaires qui tournaient en dérision des propos racistes. Les radios, pour la première fois, ont participé à l'événement.

Les différents messages mis à l'antenne à cette occasion ont été publiés sur le site internet du Conseil, avec l'accord des diffuseurs, pendant 7 jours à compter du 14 juillet, afin de permettre à un large public d'en prendre connaissance. Ces messages sont également régulièrement présentés dans des écoles et associations afin d'illustrer le discours du Conseil en matière de promotion de la diversité.

Le Conseil a également souhaité maintenir et enrichir son travail en matière d'évaluation de la diversité sur les antennes, grâce à son baromètre de la diversité. L'année 2015 a été l'occasion pour le Conseil de porter une attention toute particulière au critère de la représentation des origines.

De plus, la méthodologie du baromètre, destiné à évaluer 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, a intégré de nouveaux indicateurs. Ceux-ci permettent une analyse plus qualitative pour ce qui est :

- de l'appréciation du rôle (positif, négatif ou neutre) de la personne indexée dans les programmes d'information et dans les fictions françaises ;
- de la pondération attribuée à chaque personne ou personnage indexé en fonction de la durée du programme dans lequel il

apparaît (plus ou moins de 5 minutes) et de son statut (héros, personnage principal, personnage secondaire ou figurant) ;

- de la pondération en fonction des parts d'audience recueillies par chaque chaîne au cours de la période étudiée.

Les résultats de la vague 2015 ont permis de montrer que la représentation de la diversité dans les programmes d'information, les magazines et les fictions des chaînes nationales hertziennes et de Canal + n'avait pas, ou peu, évolué par rapport aux années précédentes.

Le 6 octobre 2015, le Conseil a organisé un colloque sur le thème : *Audiovisuel : comment mieux représenter la diversité de notre société ?* Au cours de cette journée, le CSA a approfondi, avec les acteurs concernés, sa réflexion sur la représentation de la diversité afin de faire évoluer les pratiques, de lutter contre les stéréotypes et d'inciter les médias à mieux représenter la diversité des origines. La question de la diversité a été débattue, de manière ouverte et enrichissante, autour de quatre thèmes : les bonnes pratiques et les différentes expériences nationales et européennes, l'amélioration de la représentation de la diversité des origines dans les productions françaises ; le principe d'une juste représentation de la diversité de la société française à la radio ; la lutte contre les stéréotypes et les amalgames. Quatre tables rondes ont rassemblé des présidents de chaînes de télévision et de radio, des chercheurs, des sociologues, des politologues, des membres de l'Observatoire de la diversité ou encore des réalisateurs, des producteurs et des humoristes.

Enfin, la délibération du 10 novembre 2009, tendant à favoriser la représentation de la diversité de la société française dans les pro-

grammes des chaînes nationales hertziennes gratuites et de Canal+ , a été modifiée par le Conseil le 16 septembre 2015 pour accueillir également les engagements des radios. Une modification de leur convention sera nécessaire pour donner une valeur juridique à la conclusion d'engagements annuels.

## Droits des femmes

### Délibération relative au respect des droits des femmes

Le sujet du respect des droits des femmes dans les médias audiovisuels a été sans conteste un sujet fort de l'activité du Conseil en 2015.

Ainsi, l'année écoulée a été marquée par l'adoption de la délibération du 4 février 2015 relative au respect des droits des femmes par les télévisions et radios nationales, publiques et privées, en application de la loi du 4 août 2014 sur l'égalité réelle entre les femmes et les hommes.

Ce texte important s'articule autour de trois axes :

- la diffusion de programmes contribuant à la lutte contre les préjugés sexistes et les violences faites aux femmes ;
- l'adoption d'indicateurs qualitatifs et quantitatifs relatifs à la juste représentation des femmes et des hommes et à l'image des femmes dans les programmes<sup>1</sup> ;
- la possibilité, facultative, pour les éditeurs de services concernés, de déterminer chaque année des engagements complémentaires à ces indicateurs, en fonction de leur ligne

éditoriale spécifique et de leur politique interne.

Le dispositif mis en place par cette délibération est inédit par son ampleur (nombre de chaînes et de programmes concernés) et la méthode qui a été suivie et qui repose sur un système d'auto-évaluation par les chaînes de la présence des femmes dans leurs programmes. Ce mécanisme innovant est le fruit d'une large concertation avec l'ensemble des services de télévision et de radio concernés - plus de 18 réunions -, mais aussi avec des acteurs aussi essentiels que les représentants des producteurs et des auteurs de fiction audiovisuelle, de documentaire, de téléréalité.

En 2016, les chaînes de télévision et de radio remettront pour la première fois au Conseil les indicateurs qualitatifs et quantitatifs sur la représentation des femmes et des hommes dans leurs programmes. Le Conseil prendra acte des objectifs complémentaires et facultatifs que les éditeurs voudront bien prendre.

Ce dispositif vient en complément de l'étude réalisée dans le cadre du baromètre de la diversité, qui a permis d'évaluer l'équilibre homme/femme dans les programmes audiovisuels. Les résultats de la vague 2015 montrent, notamment, que 37 % (contre 36 % en 2014) seulement des personnes dans l'information, les fictions, les documentaires et les magazines sont des femmes.

Enfin, le groupe de travail « Droits des femmes » a souhaité approfondir, au cours de l'année 2015, la question de la représentation des femmes dans la publicité. En effet, plusieurs études et rapports ont montré que la publicité pouvait, dans certaines occasions, présenter une image des femmes stéréotypée<sup>2</sup>.

1) Ceux-ci ont été déterminés par le Conseil, en concertation avec les éditeurs de services conformément à l'article 20-1 A de la loi du 30 septembre 1986 modifiée. S'agissant des indicateurs qualitatifs, à savoir les indicateurs concernant la lutte contre les stéréotypes sexistes dans les différents genres de programmes, un système d'auto-évaluation par les chaînes a été mis en place sur 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 et discutées avec les éditeurs de services.

2) Exemple : *Le stéréotype dans la publicité : une vision du masculin et du féminin dans le monde actuel*, 2013, Sophie Desarzens. Focus - La représentation des pères dans la publicité, 2013, Éric Macé. *Mise en scène de l'inégalité et des stéréotypes du féminin*, 2006, Francine Descarries.

Dans cette optique, le groupe de travail a auditionné, le 16 juin dernier, l'Autorité de régulation professionnelle de la publicité (ARPP) accompagnée du Jury de déontologie publicitaire (JDP), avec pour objectifs de dresser un état des lieux de l'image des femmes dans la publicité, de réfléchir à la manière d'aborder cette image et de trouver des moyens d'action pour lutter contre ces images lorsqu'elles s'avèrent dégradantes.

Au cours de l'audition, il a notamment été décidé de réaliser une étude conjointe sur l'image des femmes dans les publicités. À cette fin, il a été convenu de déterminer une méthodologie pour la réalisation de cette étude. Pour l'ARPP, l'audition a été l'occasion d'évoquer le fait que, depuis le rapport du Haut Conseil à l'égalité entre les femmes et les hommes de 2014, l'Autorité publie annuellement les chiffres relatifs aux publicités sexistes (saisines et interventions).

34

### La promotion de la représentation du sport féminin dans les médias audiovisuels

Devant le succès rencontré par la première édition de la Journée internationale consacrée au sport féminin dans les médias, les « 24 heures du sport féminin » (février 2014), l'ensemble des parties prenantes (chaînes de télévision et stations de radio, fédérations, ligues et clubs, monde associatif, acteurs économiques du sport) a témoigné de sa grande satisfaction quant à cette opération et à son impact et s'est exprimé en faveur d'une deuxième édition de cette journée pour l'année 2015.

Comme en 2014, 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. Plusieurs fédérations sportives nationales, particulièrement impliquées dans la promotion de la pratique féminine de leur discipline (fédérations françaises de tennis, basket-ball, football, golf et tennis de table), ont également apporté leur contribution à l'organisation de cette deuxième journée.

À cette occasion, des actions et manifestations ont, de nouveau, été mises en place à Paris et en province afin de faire partager au public l'univers du sport féminin et de mettre en lumière sa pratique, au quotidien comme en compétition. Une soixantaine d'athlètes de haut niveau et de personnalités du monde sportif se sont, par ailleurs, mobilisées et ont accepté d'être les ambassadeurs de cette deuxième édition en témoignant de leur expérience dans les médias.

Cette deuxième édition s'est traduite par 875 retombées de l'opération dans les médias français et un volume horaire de diffusion de programmes dédiés, à la télévision et à la radio, de près de 100 heures (dont près de 40 % d'émissions de plateaux et de reportages).

Parallèlement à l'organisation de cette nouvelle édition, le Conseil a procédé à une étude statistique de la diffusion de compétitions sportives féminines à la télévision, en suivant la même méthodologie que celle réalisée en 2012. Il en a tiré un constat encourageant : entre 2012 et 2014, la diffusion de compétitions féminines enregistre un doublème sur l'ensemble des retransmissions sportives, de 7 % en 2012 à 15 % en 2014.

Ce constat semble valider la méthode mise en œuvre par le Conseil pour l'implication et la mobilisation de toutes les parties prenantes au développement du sport féminin en France. Dans cette perspective, il lui a semblé pertinent et opportun de poursuivre cette démarche collective visant à faire prendre conscience au grand public des différents aspects de la pratique féminine du sport dans notre pays. 2016 a vu ainsi les « 24 heures du sport féminin » reconfigurées en une nouvelle opération intitulée « Les 4 saisons du sport féminin ».

## Éducation aux médias

Au cours de l'année 2015, le Conseil a décidé d'une nouvelle ligne éditoriale pour le site internet *Éducation & médias*, créé en 2013. Il a, par ailleurs, continué à s'investir dans les actions qu'il a en commun avec le ministère de l'Éducation nationale.

S'agissant du site *Éducation & médias*, le Conseil a souhaité viser un public toujours plus large. La compréhension des médias audiovisuels est en effet un enjeu majeur pour tous les citoyens dans la perspective d'une meilleure cohésion sociale. Le nouveau site s'intitule désormais *Clés de l'audiovisuel*.

S'agissant des actions communes avec le ministère de l'Éducation nationale, le Conseil a décidé, le 16 juillet 2014, de s'associer, pour la deuxième année consécutive, à la 27<sup>e</sup> semaine de la presse et des médias dans l'école organisée par le CLEMI du 21 au 26 mars 2016, autour du thème « La liberté d'expression, ça s'apprend ». Par ailleurs, le Conseil a poursuivi sa participation au Jury pour le « prix CSA » du Concours national de la résistance et de la déporta-

tion, qui récompense les élèves de collèges et de lycées ayant traité le thème annuel sous la forme de travaux audiovisuels. Le thème 2014-2015 était « La libération des camps nazis, le retour des déportés et la découverte de l'univers concentrationnaire ».

## Promotion de la langue française

En application de l'article 3-1 de la loi du 30 septembre 1986, le Conseil veille « 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 et de la décision du Conseil constitutionnel du 29 juillet 1994 qui autorise le libre emploi de mots étrangers.

Le Conseil s'est montré attentif à la qualité de la langue employée dans les programmes des différentes sociétés de télévision et de radio. Dans le cadre de ces missions, il a organisé, le lundi 16 mars 2015, la première Journée de la langue française dans les médias audiovisuels. Les radios et les télévisions, les administrations et institutions (Académie française, Organisation internationale de la Francophonie et Délégation générale à la langue française et aux langues de France) et les représentants des syndicats de l'audiovisuel ont participé à cette opération. Au cours de cette journée, la programmation des chaînes et radios, au travers des magazines, des journaux télévisés, des jeux et des débats, a eu pour fil conducteur la langue française. Des messages, notamment ceux de France Télévisions, ayant pour slogan « Dites-le en français », ont été diffusés. Deux émissions se sont tenues pour la première fois à l'Académie française dont une matinale sous la

Coupole. L'académicien Érik Orsenna, mais aussi Brigitte Fossey, Augustin Trapenard et Joyce Jonathan ont parrainé cette première Journée qui a reçu un accueil très positif. Le Conseil a décidé la reconduction de cette journée en 2016 (le lundi 14 mars).

## Accessibilité des programmes

Comme chaque année, et conformément à ses missions, le Conseil a assuré un suivi du respect des obligations des chaînes en matière d'accessibilité des programmes télévisés aux personnes souffrant de déficience auditive ou visuelle. Il a rendu à ce sujet un rapport au Conseil national consultatif des personnes handicapées (CNCPh).

Au regard des textes applicables et des estimations communiquées par les chaînes au Conseil, celui-ci a pu constater que ces dernières avaient respecté, voire dépassé, leurs obligations ou leurs engagements en matière d'accessibilité des programmes. Néanmoins, il reste conscient que de nombreux progrès restent à accomplir, pour ce qui est de la qualité de l'accessibilité ou de la possibilité d'un meilleur accès des personnes souffrant de déficience auditive ou visuelle aux programmes diffusés aussi bien sur la télévision linéaire que non linéaire.

### Le sous-titrage

La loi du 11 février 2005 pour l'égalité des droits et des chances, la participation et la citoyenneté des personnes handicapées, fait obligation aux chaînes de télévision publiques et aux chaînes privées dont l'audience nationale dépasse 2,5 % de rendre accessible aux personnes

sourdes ou malentendantes la totalité de leurs émissions, en dehors des messages publicitaires et de quelques programmes dérogatoires. Pour les chaînes hertziennes dont l'audience est inférieure à 2,5 %, une convention conclue avec le Conseil fixe les proportions des programmes accessibles.

#### Les chaînes dont la part d'audience est supérieure à 2,5 %

Conformément aux dispositions de la loi, les cinq chaînes du groupe France Télévisions ainsi que TF1, M6, TMC, W9, D8 et Canal+ avaient l'obligation de sous-titrer la totalité de leurs programmes, hors publicité et dérogations.

D'après leurs déclarations, l'ensemble de ces chaînes ont respecté leur obligation de sous-titrage. Cela représente pour chaque chaîne un volume de programmes sous-titrés qui se situe dans une fourchette allant de 5 516 à 8 176 heures.

#### Programmes accessibles en 2015 pour les chaînes dont la part d'audience est supérieure à 2,5 % (Volumes horaires, hors publicité et dérogations)

| Chaînes           | Volume annuel accessible (en heures) |
|-------------------|--------------------------------------|
| France            | 7 936                                |
| France 3 national | 6 893                                |
| France 4          | 8 176                                |
| France 5          | 8 168                                |
| France Ô          | 7 120                                |
| TF1               | 6 931                                |
| TMC               | 6 744                                |
| M6                | 7 344                                |
| W9                | 7 507                                |
| D8                | 5 516                                |
| Canal+            | 8 000                                |

*Source : Estimations fournies par les chaînes début 2016.*

## Les chaînes dont la part d'audience est inférieure à 2,5 %

Le tableau ci-dessous indique les volumes annuels sous-titrés ainsi que le pourcentage que ces derniers représentent pour les chaînes dont la part d'audience est inférieure à 2,5 %.

Les trois chaînes d'information de la TNT disposent d'obligations particulières concernant le sous-titrage. BFM TV, I>Télé et LCI se partagent l'obligation de sous-titrage : trois journaux télévisés du lundi au vendredi ainsi que quatre journaux télévisés le week-end et les jours fériés

doivent être sous-titrés, pour BFM TV entre 8 heures et 13 heures, pour LCI entre 14 heures et 20 heures et pour I>Télé entre 21 heures et minuit.

En 2015, BFM TV, I>Télé et LCI ont globalement respecté leur obligation de sous-titrage :

- BFM TV a diffusé 284 heures de programmes sous-titrés, soit trois heures de plus qu'en 2014.
- I>Télé a diffusé 255 heures de programmes sous-titrés entre 21 heures et minuit.
- LCI a diffusé 1 209 journaux télévisés sous-titrés, soit quatre de plus qu'en 2014.

## Programmes accessibles en 2015 pour les chaînes dont la part d'audience est inférieure à 2,5 % (Volumes horaires et pourcentages, hors publicité et dérogations)

| Chaînes                    | Obligation de sous-titrage en 2015 | Volume annuel accessible en heures | En % du volume |
|----------------------------|------------------------------------|------------------------------------|----------------|
| Chaînes de la TNT gratuite |                                    |                                    |                |
| Chérie 25                  | 40 %                               | 2 738                              | 40,1 %         |
| D17                        | 30 %                               | 2 577                              | 35,2 %         |
| Gulli                      | 20 %                               | 2 659                              | 30,44 %        |
| HD1                        | 40 %                               | 5 383                              | 71 %           |
| L'Équipe 21                | 40 %                               | 1 022                              | 40 %           |
| Numéro 23                  | 40 %                               | 3 144                              | 43,39 %        |
| NRJ 12                     | 40 %                               | 2 622                              | 42 %           |
| NT1                        | 60 %                               | 5 769                              | 82 %           |
| RMC Découverte             | 40 %                               | 3 518                              | 41,66 %        |
| 6Ter                       | 60 %                               | 4 612                              | 60 %           |
| Chaînes de la TNT payante  |                                    |                                    |                |
| Canal+ Cinéma              | 40 %                               | 6 200                              | 83 %           |
| Canal+ Sport               | 40 %                               | 2 700                              | 40,7 %         |
| Paris Première             | 40 %                               | 3 263                              | 47 %           |
| Planète+                   | 40 %                               | 3 300                              | 45,7 %         |

Source : Estimations fournies par les chaînes début 2016

## La langue des signes française (LSF)

Il n'existe pas, pour les chaînes, d'obligation de traduire des émissions en langue des signes française (LSF) hormis les engagements spécifiques des chaînes d'information en continu.

Les conventions de celles-ci prévoient en effet qu'elles doivent mettre à l'antenne, en plus des trois journaux télévisés sous-titrés, un journal télévisé traduit en langue des signes française du lundi au vendredi.

Pour l'exercice 2015, elles ont respecté leurs engagements. À titre d'exemple, BFM TV a diffusé le même volume de programmes interprétés en langue des signes française que pour l'exercice 2014, soit 63 heures, ce qui équivaut à 251 journaux télévisés.

Certains autres diffuseurs, non soumis à obligation dans ce domaine, ont proposé volontairement des programmes traduits en langue des signes française.

38

## L'audiodescription

La loi du 30 septembre 1986 fait obligation aux chaînes de télévision publiques et aux chaînes privées dont l'audience nationale dépasse 2,5 %, de prévoir une part de programmes accessibles aux personnes aveugles ou malvoyantes, en particulier aux heures de grande écoute. Au regard des éléments fournis au Conseil, toutes les chaînes ont respecté les obligations qui leur étaient fixées.

En 2015, le Conseil a constaté que, si les éditeurs ont bien respecté leurs obligations en termes d'audiodescription sur la TNT, ce flux audio additionnel est encore globalement absent de tout autre moyen d'accès aux programmes audiovisuels, à l'exception

de la chaîne Arte pour laquelle certains flux d'audiodescription sont repris sur son site internet.

### Programmes audiodécris diffusés en 2015

| Chaines            | Obligation minimale en 2015            | Programmes diffusés (en nombre) |
|--------------------|--|---------------------------------|
| France Télévisions | 2 programmes par jour (soit 730)       | 1 021 programmes                |
| TF1                | 70 programmes dont au moins 40 inédits | 140 programmes dont 56 inédits  |
| M6                 | 70 programmes dont au moins 40 inédits | 253 programmes dont 94 inédits  |
| Canal+             | 70 programmes inédits                  | 154 programmes inédits          |
| TMC                | 17 programmes inédits                  | 20 programmes inédits           |
| W9                 | 17 programmes inédits                  | 27 programmes inédits           |
| D8                 | 17 programmes inédits                  | 17 programmes inédits           |
| HD1                | 12 programmes inédits                  | 13 programmes inédits           |
| 6Ter               | 12 programmes inédits                  | 13 programmes inédits           |
| Chérie 25          | 12 programmes inédits                  | 12 programmes inédits           |
| Numéro 23          | 12 programmes inédits                  | 15 programmes inédits           |
| RMC Découverte     | 12 programmes inédits                  | 12 programmes inédits           |
| L'Equipe 21        | 12 programmes inédits                  | 12 programmes inédits           |

*Source : Estimations fournies par les chaînes début 2016.*

Aussi, le Conseil prévoit d'organiser au cours du second semestre 2016, et dans la continuité d'un groupe de travail organisé en avril 2014 qui avait permis d'entamer une réflexion sur l'amélioration de l'accessibilité de la télévision connectée, une deuxième réunion afin de définir les éléments techniques permettant, entre autres, la reprise systématique par les éditeurs et les distributeurs sur tous les écrans, en linéaire simultané sur internet et en télévision de rattrapage, des éléments d'accessibilité proposés sur la télévision linéaire.



## Le coût des programmes rendus accessibles

Selon les éléments fournis par les chaînes, le coût horaire moyen du sous-titrage serait compris entre 390 € et 960 € HT selon que les programmes sont de stock ou de flux.

S'agissant du coût horaire moyen de l'interprétation en langue des signes française, il serait d'un coût moyen de 2 500 €<sup>1</sup>.

Pour l'audiodescription, le Conseil a relevé un coût moyen de plus de 4 000 € par programme au titre de l'exercice 2015.

## Le cas des programmes d'information liés aux attentats de novembre 2015

Enfin, à la suite de nombreuses plaintes portant sur l'absence de traduction en langue des signes française et sur l'absence ou la mauvaise qualité du sous-titrage des programmes d'information diffusés au cours de la période des attentats du 13 novembre 2015, sur l'ensemble des chaînes de télévision, le Conseil a publié un communiqué de presse. Il y rappelle les dispositions de la loi en matière d'accessibilité des programmes et indique qu'il procèdera à des opérations de contrôle de l'ensemble des obligations d'accessibilité audiovisuelle pour en vérifier le respect et la qualité. Les résultats en seront rendus publics. Si des manquements sont relevés, il interviendra auprès des chaînes concernées afin qu'à l'avenir elles respectent leurs obligations en matière d'accessibilité des programmes télévisés.

## LE PLURALISME POLITIQUE ET LES CAMPAGNES ÉLECTORALES

Aux termes de l'article 13 de la loi du 30 septembre 1986, 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* ». Pour la mise en œuvre de cette mission, le Conseil s'appuie sur ses délibérations du 21 juillet 2009 relative au principe de pluralisme politique et du 4 janvier 2011 relative au principe de pluralisme politique en période électorale.

Par ailleurs, l'article 16 de la loi charge le Conseil d'organiser, lorsqu'elles sont prévues par les textes, les campagnes audiovisuelles officielles diffusées dans les programmes du service public.

39

## Les campagnes et les scrutins

L'année 2015 a été marquée par deux consultations électorales : les élections départementales et les élections régionales. La délibération du 4 janvier 2011 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 et des partis et groupements politiques qui les soutiennent. Les spécificités propres à chacun de ces scrutins ont donné lieu à l'adoption de recommandations particulières pour compléter la délibération du 4 janvier 2011.

1) Seules quelques chaînes ont communiqué sur ce coût.

## Élections des conseillers départementaux (22 et 29 mars 2015)

Le Conseil a adopté, le 26 novembre 2014, la recommandation complétant la délibération du 4 janvier 2011 mettant en œuvre, entre le 9 février et le 29 mars 2015, le cadre juridique applicable au traitement de la campagne en vue de l'élection des conseillers départementaux.

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

40

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

Le Conseil a également organisé la campagne audiovisuelle officielle prévue par l'article L. 462 du code électoral dans le département de Mayotte dont il a confié les opérations de production à France Télévisions.

## Élection des conseillers régionaux, des conseillers à l'Assemblée de Corse, des conseillers à l'Assemblée de Guyane et des conseillers à l'Assemblée de Martinique (6 et 13 décembre 2015)

Entre le 26 octobre et le 13 décembre 2015, 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 2 septembre 2015, dans le traitement de la campagne en vue de l'élection des conseillers régionaux.

145 services de radio et de télévision étaient tenus de transmettre chaque semaine le relevé des temps d'intervention des listes de 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.

Le Conseil a établi un bilan contrasté du traitement de la campagne dans les médias audiovisuels. Si le principe d'équité qui s'appliquait aux interventions des candidats et des représentants des partis politiques a été globalement respecté, notamment entre les deux tours du scrutin, des déséquilibres parfois importants ont persisté avant le premier tour sur certaines antennes. Ce résultat reste néanmoins satisfaisant

**15 propositions  
sur l'application du  
principe de pluralisme  
politique en période  
électorale**

si l'on considère que les radios et les télévisions ont dû composer avec les tragiques événements qui ont frappé la France le 13 novembre 2015. Les conséquences de la suspension de fait de la campagne électorale pendant plus d'une semaine ont, malgré ces circonstances exceptionnelles, pu être surmontées.

Le Conseil a souligné l'implication des antennes locales des sociétés nationales de programme et de nombreuses radios et télévisions locales pour rendre compte des enjeux du scrutin dans les circonscriptions. Il a cependant très vivement déploré que les médias audiovisuels de métropole n'aient pas accordé plus d'attention aux enjeux et aux résultats électoraux dans les circonscriptions d'outre-mer.

Parallèlement, en application de l'article 16 de la loi du 30 septembre 1986, le Conseil a organisé les campagnes audiovisuelles officielles prévues aux articles L. 375 et L. 558-25 du code électoral concernant l'élection des conseillers à l'Assemblée de Corse, des conseillers à l'Assemblée de Guyane et des conseillers à l'Assemblée de Martinique. Il en a confié la production à France Télévisions. Les listes habilitées de candidats ont ainsi pu faire valoir directement leurs propositions aux électeurs sur les antennes de France 3 Corse, Guyane 1<sup>ère</sup> et Martinique 1<sup>ère</sup> au cours des deux semaines précédant le jour du scrutin, ainsi qu'entre les deux tours, sous la supervision des représentants du Conseil présents sur place.

À l'issue des campagnes électorales du premier semestre de l'année 2014, le Conseil avait 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 en période électorale. D'octobre 2014 à juin 2015, le groupe de travail « Pluralisme et campagnes électorales », devenu « Pluralisme et vie associative », a conduit un cycle d'auditions accueillant l'ensemble des parties prenantes, notamment les pouvoirs publics, les éditeurs de services de radio et de télévision, les formations politiques et des experts qualifiés.

Le Conseil a rendu publiques ses conclusions le 10 septembre 2015. Il a formulé 15 propositions de réforme ou d'évolution relatives notamment à la « période intermédiaire » de l'élection présidentielle, aux élections primaires, à la « période de réserve », aux modalités d'application du principe d'équité et aux campagnes audiovisuelles officielles. D'autres propositions concernent les élections des conseillers municipaux et communautaires, des représentants au Parlement européen et, d'une façon générale, l'organisation des campagnes électorales<sup>1</sup>.

1) Ces propositions sont consultables sur le site internet du Conseil [www.csa.fr](http://www.csa.fr).

Au sujet de l'élection du Président de la République, l'une de ces propositions (n°1) concerne l'introduction du principe d'équité pendant la période intermédiaire (qui court à compter de la publication par le Gouvernement de la liste des candidats établie par le Conseil constitutionnel et s'achève la veille de l'ouverture de la campagne électorale). Le CSA a proposé, par ailleurs, d'exercer, à la demande des organisateurs d'élections primaires ou des services de radio et de télévision, un rôle de conseil et de bons offices (proposition n° 2). Il a suggéré aussi que l'entrée en vigueur des dispositions de la période de réserve, qui s'appliquent aujourd'hui la veille du scrutin, soit retardée de 24 heures, que la publication de sondages soit autorisée jusqu'au samedi 12 heures, et que leurs commentaires soient possibles jusqu'au samedi à minuit (proposition n°3). Il a réitéré sa proposition qu'un horaire unique de fermeture des bureaux de vote soit fixé ou, qu'à défaut, une heure seulement sépare l'heure de fermeture des bureaux de vote des grandes villes et des autres bureaux de vote (proposition n°4). Sa proposition n° 14 a pour objectif de renforcer l'attractivité des campagnes audiovisuelles officielles en autorisant les candidats et les partis qui le souhaitent à réaliser l'intégralité de leurs temps d'émission par leurs propres moyens.

## La période hors élection

La délibération du 21 juillet 2009 fixe aux éditeurs l'obligation 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 et aux partis politiques non représentés au Parlement, un temps d'intervention équitable.

## Les temps d'intervention des personnalités politiques

Le Conseil s'assure du respect des dispositions de sa délibération du 21 juillet 2009. À partir des relevés transmis par les éditeurs, il apprécie chaque trimestre les relevés des temps d'intervention dans les journaux d'information et chaque semestre dans les magazines d'information et les autres émissions. Lorsqu'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 2015, 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 2015. Ils sont publiés sur le site internet du Conseil.

Le président de « Debout la France » a saisi le Conseil, considérant que sa formation s'inscrivait dans l'opposition à la politique conduite par le Gouvernement et qu'à ce titre, il estimait plus cohérent que son temps

d'intervention dans les médias audiovisuels soit imputé à l'opposition parlementaire plutôt qu'aux formations parlementaires n'appartenant ni à la majorité ni à l'opposition, comme c'était le cas depuis 2007.

Prenant acte de cette position de principe, le Conseil a accédé à cette demande en indiquant aux éditeurs qu'à partir du 1<sup>er</sup> avril 2015, les interventions des représentants de « Debout la France » dans leurs programmes devraient être décomptées au titre de l'opposition parlementaire.

## **LES RELATIONS AVEC LES TÉLÉSPECTATEURS ET LES AUDITEURS**

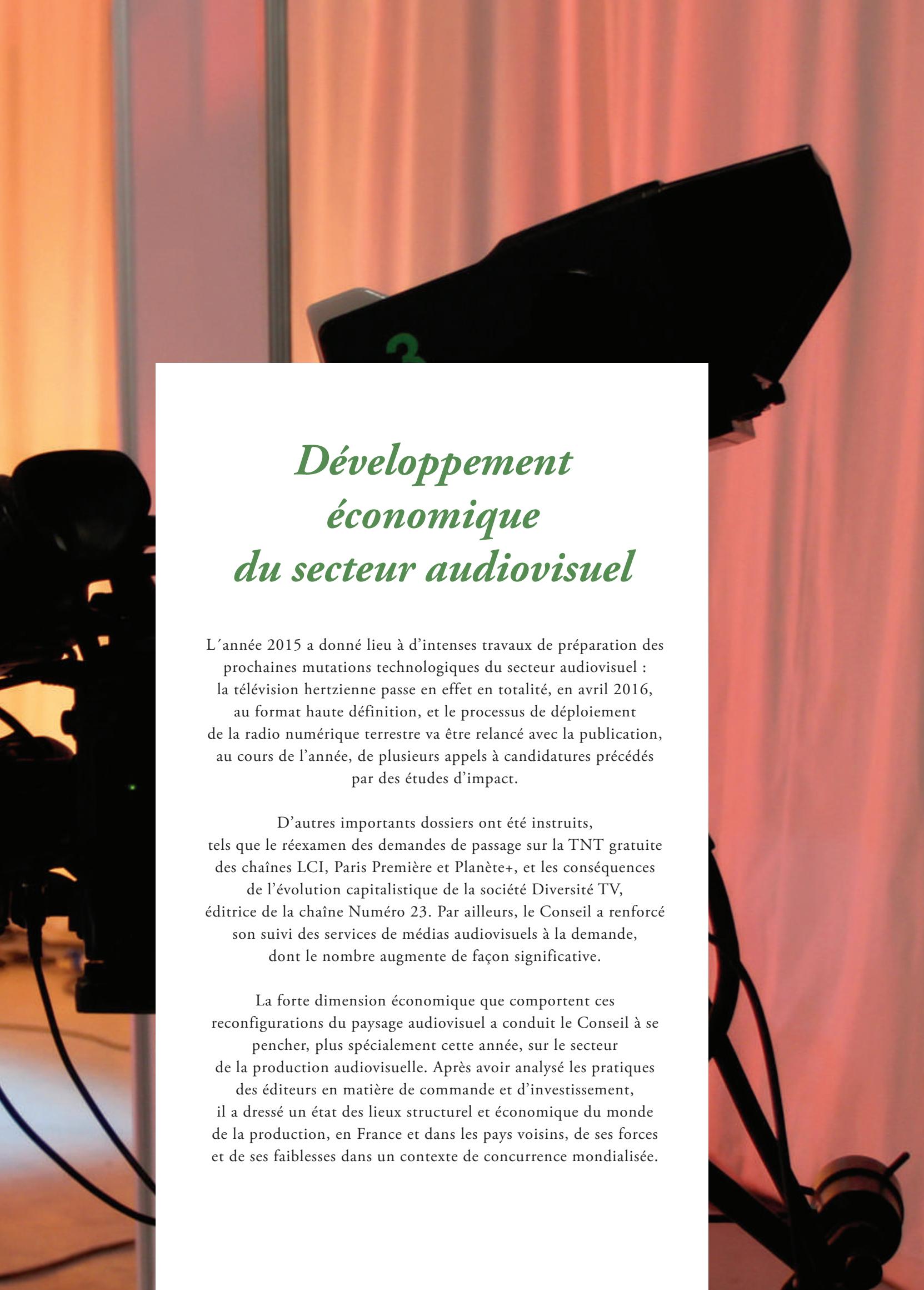
Attentif au public, le Conseil répond aux nombreuses questions qui lui sont posées par courriel, courrier ou téléphone.

En 2015, 8 906 courriels, lettres et appels téléphoniques ont été comptabilisés, soit une augmentation de 9,87 % par rapport à l'année 2014.

Cette augmentation est principalement due au volume important de plaintes qui ont été adressées au Conseil à la suite des attentats de

début janvier et du 13 novembre 2015. Plus de 59 % des saisines des téléspectateurs et des auditeurs ont concerné les programmes télévisés, 15 % les programmes radio. Contrairement à l'année 2014, ce sont des plaintes relatives au pluralisme et à la déontologie de l'information qui arrivent en tête (39 % des saisines contre 21 % en 2014). Les questions relatives à la déontologie des autres émissions, les plus nombreuses en 2014, représentent en 2015 25 % des plaintes. 15 % des saisines portent sur des questions de violence (protection des mineurs), 13 % concernent des messages publicitaires. Les autres sujets pointés par le public sont l'absence de respect des horaires des programmes télévisés, la fréquence des rediffusions et la médiocrité des programmes. Les problèmes de réception de la télévision numérique terrestre et de la radio font chaque année l'objet de nombreuses questions et ont représenté, en 2015, 9 % des plaintes reçues. Le Conseil s'attache à y répondre le plus précisément possible soit en diligentant une enquête technique réalisée par les comités territoriaux de l'audiovisuel, soit en suggérant à leur auteur de prendre contact avec l'Agence nationale des fréquences.





## *Développement économique du secteur audiovisuel*

L’année 2015 a donné lieu à d’intenses travaux de préparation des prochaines mutations technologiques du secteur audiovisuel : la télévision hertzienne passe en effet en totalité, en avril 2016, au format haute définition, et le processus de déploiement de la radio numérique terrestre va être relancé avec la publication, au cours de l’année, de plusieurs appels à candidatures précédés par des études d’impact.

D’autres importants dossiers ont été instruits, tels que le réexamen des demandes de passage sur la TNT gratuite des chaînes LCI, Paris Première et Planète+, et les conséquences de l’évolution capitaliste de la société Diversité TV, éditrice de la chaîne Numéro 23. Par ailleurs, le Conseil a renforcé son suivi des services de médias audiovisuels à la demande, dont le nombre augmente de façon significative.

La forte dimension économique que comportent ces reconfigurations du paysage audiovisuel a conduit le Conseil à se pencher, plus spécialement cette année, sur le secteur de la production audiovisuelle. Après avoir analysé les pratiques des éditeurs en matière de commande et d’investissement, il a dressé un état des lieux structurel et économique du monde de la production, en France et dans les pays voisins, de ses forces et de ses faiblesses dans un contexte de concurrence mondialisée.

## LES SERVICES DE MÉDIAS AUDIOVISUELS

### La télévision

#### Ressources de la TNT

##### La bande 700 MHz

Entamés en 2013 et 2014, les travaux sur la réaffectation de la bande de fréquences dite des « 700 MHz » aux opérateurs de téléphonie mobile, actuellement utilisée par les services de la télévision numérique terrestre (TNT), se sont poursuivis avec intensité en 2015.

S'inscrivant dans la dynamique souhaitée par le Gouvernement, et dans l'attente de l'accomplissement du travail législatif nécessaire à la mise en place du cadre et des outils juridiques adaptés à la conduite de ce projet<sup>1</sup>, le Conseil s'est employé à anticiper les nombreuses mesures préparatoires et fonctionnelles indispensables à la réalisation, par les acteurs économiques du secteur audiovisuel, des opérations prévues le 5 avril 2016.

Ces opérations du 5 avril 2016 sont triples, puisqu'il s'agit :

- de l'arrêt de l'utilisation de la norme de codage MPEG-2 et du passage au tout MPEG-4 sur l'ensemble du territoire métropolitain, mesures préalables à l'arrêt de deux multiplex à couverture nationale de la TNT, au repli de l'offre télévisuelle sur six multiplex et au transfert des fréquences de la bande 700 MHz. La date de cette première opération a été fixée au 5 avril 2016 par l'arrêté interministériel du 5 novembre 2015<sup>2</sup> ;

- du transfert effectif des fréquences de la bande 700 MHz aux opérateurs de communications électroniques sur certaines zones dès le 5 avril 2016, notamment en Île-de-France, comme le précise l'arrêté du Premier ministre en date du 18 juin 2015 modifiant le tableau national de répartition des bandes de fréquences (TNRBF) ;
- de la finalisation du déploiement des six nouvelles chaînes de la TNT dans la région Rhône-Alpes.

En dépit de la réduction du nombre de multiplex de huit à six, la nécessité de pouvoir poursuivre le mouvement de généralisation des chaînes de la TNT au format haute définition (HD), tout en insérant cette évolution dans le calendrier du passage au tout MPEG-4 du 5 avril 2016, est apparue comme un enjeu majeur.

De nombreux échanges techniques avec les acteurs et les résultats des analyses des consultations publiques du Conseil des 21 janvier et 16 avril 2015 ont conclu à la possibilité de faire coexister cinq chaînes en HD dans un multiplex à couverture nationale de la TNT à l'horizon du passage au tout MPEG-4. En effet, il s'agissait de tirer parti des évolutions technologiques des encodeurs de nouvelle génération, en les associant aux performances du multiplexage statistique ainsi qu'au maintien d'une certaine flexibilité dans l'échange de ressources entre les services d'un multiplex.

Sur la base de cette perspective d'un passage de trois à cinq chaînes HD par multiplex, dégageant mécaniquement des ressources nouvelles, le Conseil a pu lancer, après consultation publique, étude d'impact et échanges contradictoires sur l'étude d'im-

1) Loi n° 2015-1267 du 14 octobre 2015 relative au deuxième dividende numérique et à la modernisation de la télévision numérique terrestre.

2) Arrêté du 5 novembre 2015 modifiant l'arrêté du 24 décembre 2001 relatif à la télévision numérique hertzienne terrestre fixant les caractéristiques des signaux émis.

pact, un appel à candidatures pour l'édition de services de télévision à vocation nationale diffusés par voie hertzienne terrestre en haute définition le 29 juillet 2015 (voir ci-dessous).

D'autres travaux ont été menés par le Conseil en 2015, notamment sur la préparation des plans de fréquences permettant le transfert effectif, zone par zone, de la bande 700 MHz (voir ci-dessous).

Enfin, le Conseil a planifié et engagé des actions de communication à destination des élus, des professionnels de la réception, des médias et du grand public, en étroite association avec les pouvoirs publics, notamment l'Agence nationale des fréquences chargée du pilotage de la communication nationale sur le passage au tout MPEG-4, et les acteurs du secteur audiovisuel.

- La planification

Le transfert de la bande 700 MHz au secteur des télécommunications mobiles a conduit

à une nouvelle planification des fréquences utilisées par les opérateurs de multiplex pour diffuser les chaînes de la TNT.

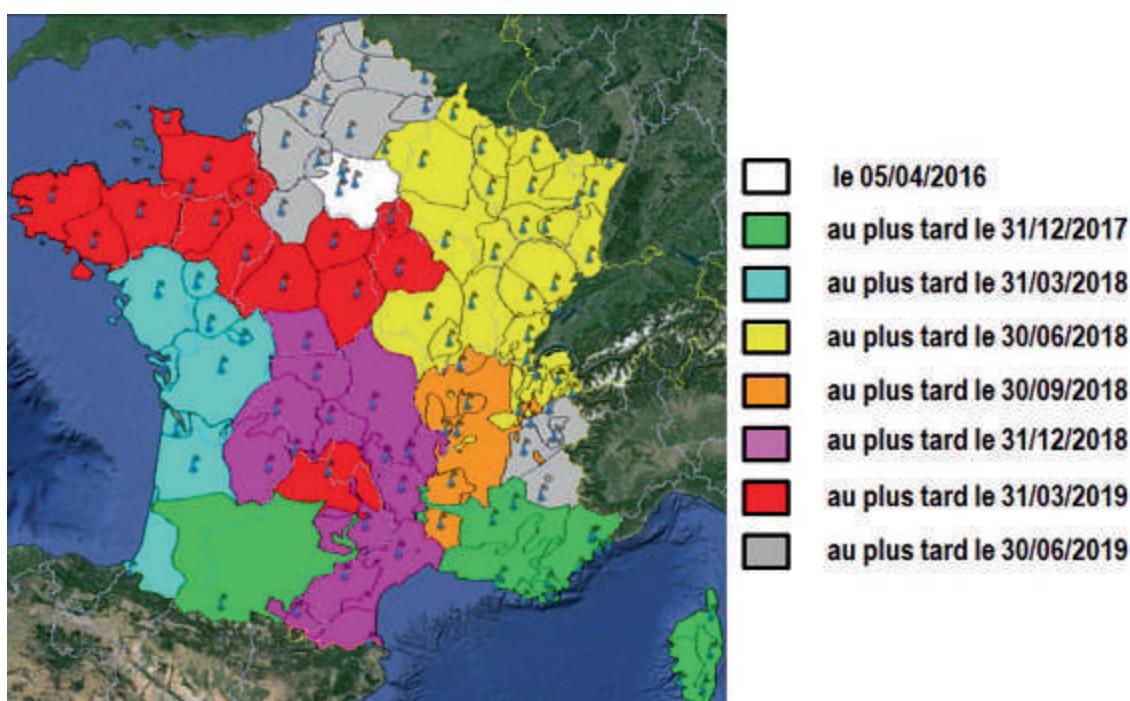
Les études menées en 2015 par les services du CSA ont conclu à des modifications de fréquences nécessaires sur 1 470 des 1 626 zones d'émission, soit plus de 90 % d'entre elles. Dans chaque zone, ce sont un ou plusieurs multiplex qui doivent changer de fréquences. Au total, sur 9 324 fréquences utilisées par les opérateurs de multiplex, plus de 3 500 d'entre elles doivent être modifiées, soit environ 40 %. Des travaux en cours, notamment ceux de coordination internationale avec les pays limitrophes, pourront faire évoluer ces chiffres.

Le dégagement effectif de la bande 700 s'opère par phases régionales successives, comme indiqué sur la carte ci-dessous, figurant dans un arrêté du Premier ministre en date du 18 juin 2015.

47

Au fur et à mesure, les plans de fréquences pour les différentes phases sont affinés avant

Calendrier du dégagement de la bande 700 MHz



d'être stabilisés quelques mois avant la date de réaménagement. Le plan de fréquences pour la phase intervenant le 5 avril 2016 a ainsi été formellement adopté par le Conseil le 2 décembre 2015, après plusieurs mois d'échanges avec les acteurs. Ce plan s'appuie quasi exclusivement sur la réutilisation de fréquences précédemment occupées par les multiplex R5 et R8, dont les autorisations ont été abrogées le 18 novembre 2015 en application des nouvelles dispositions introduites par la loi du 14 octobre 2015 et du changement de normes décidé par l'arrêté du 24 décembre 2001, modifié notamment par l'arrêté du 5 novembre 2015.

- **L'accompagnement des futurs déploiements LTE/4G**

Les fréquences de la bande 700 dégagées de toute diffusion audiovisuelle pourront être utilisées par les opérateurs mobiles pour, par exemple, poursuivre le déploiement des réseaux 4G à la norme LTE. Le déploiement de ces réseaux pouvant perturber la réception de la télévision, des études ont été menées en 2015 par les services du Conseil, en lien avec les autres administrations, pour définir précisément les zones d'implantation des stations de base des opérateurs mobiles.

Des examens d'orientation d'antenne de réception TNT ont ainsi été effectués dans 374 zones, afin de vérifier si l'implantation de stations de base pourrait poser des difficultés de réception. Des fichiers informatiques correspondant aux couvertures de 430 émetteurs TNT, réalisés dans un format ouvert établi avec les opérateurs mobiles et l'Agence nationale des fréquences, ont été produits par le Conseil afin de permettre aux opérateurs mobiles de faire l'ensemble des tests prévus par les textes réglementaires avant toute implantation de stations de base. Par ailleurs, le CSA a continué à accompagner les acteurs qui le souhaitaient pour

procéder à des expérimentations LTE dans la bande 700.

Le Conseil a donc mis en place en 2015, dans des délais contraints, l'ensemble des dispositifs permettant le démarrage des services de communication électronique en bande 700 MHz dans les meilleures conditions et au plus vite.

## **Modernisation du réseau**

La télévision numérique terrestre (TNT) ne cesse d'évoluer, à la fois pour répondre aux attentes des téléspectateurs, mais aussi grâce aux progrès technologiques. Après l'achèvement du passage au tout numérique de la télévision en novembre 2011, le Conseil a lancé, en décembre 2012, six nouvelles chaînes de la TNT en haute définition (HD), grâce à la réutilisation d'une partie des fréquences libérées par l'extinction de la diffusion analogique.

En avril 2016, avec l'arrêt de l'utilisation de la norme de codage MPEG-2 et le passage au tout MPEG-4, la TNT métropolitaine va de nouveau connaître une profonde mutation, puisque la quasi-totalité de l'offre télévisuelle disponible diffusera dorénavant ses programmes en HD.

Dans le cadre de l'appel à candidatures lancé par le Conseil le 29 juillet 2015, vingt-six candidatures ont été déclarées recevables. Par ailleurs, le Conseil a été saisi des demandes de réservation prioritaire de la part du Gouvernement pour le passage en HD de France 3, France 4, France 5, France Ô, et de la part de l'Assemblée nationale et du Sénat pour le passage en HD de La Chaîne parlementaire. Dans ce contexte, et compte tenu de la ressource hertzienne disponible, le Conseil n'a pu sélectionner que douze candidatures (toutes pour des passages en HD de

chaînes existantes émettant actuellement en définition standard SD). La ressource était en effet relativement limitée, notamment par l'arrêt, à compter d'avril 2016, de deux multiplex à couverture nationale de la TNT pour permettre le transfert de la bande 700, mais aussi en raison de la priorité prévue par la loi au profit des chaînes en définition standard souhaitant passer en HD.

À la suite de cette sélection, le 7 octobre 2015, le Conseil a statué sur la nouvelle composition des multiplex nationaux de la TNT qui sera mise en place à l'issue des évolutions technologiques et des opérations techniques nécessaires au passage au tout MPEG-4. Enfin, la délivrance des autorisations correspondantes est intervenue le 18 novembre, après l'adoption des textes législatifs et réglementaires nécessaires et la signature de nouveaux avenants aux conventions des éditeurs retenus.

Les services de télévision à vocation locale sont, eux aussi, concernés par ce mouvement de généralisation de la HD et le Conseil a lancé, en décembre 2015, 32 appels à candidatures pour permettre aux chaînes locales qui le souhaitent de proposer leurs programmes en haute définition dès avril 2016.

### **Évolution des ressources en fréquences pour la TNT et Conférence mondiale des radiocommunications**

La Conférence mondiale des radiocommunications (CMR) est un évènement organisé environ tous les quatre ans par l'Union internationale des télécommunications (UIT) – l'institution spécialisée des Nations Unies pour les technologies de l'information et de la communication. Son principal objet est

de mettre à jour le Règlement des radiocommunications (RR), traité international qui définit le cadre mondial d'utilisation du spectre hertzien. Les représentants des 193 pays membres de l'UIT ainsi que de nombreux lobbyistes, industriels et opérateurs, y participent. Ainsi, quelque 3 500 personnes sont suivis les quatre semaines de débat et de négociation de la CMR-2015 qui s'est tenue à Genève du 2 au 27 novembre dernier. La direction des médias télévisuels du Conseil a suivi l'ensemble de la conférence au sein de la délégation française, présidée par l'Agence nationale des fréquences (ANFr).

L'ordre du jour de la CMR-2015 était particulièrement chargé et les enjeux pour la radiodiffusion considérables. En effet, un point à l'ordre du jour de la conférence, relatif à la recherche de nouvelles bandes de fréquences pour les services mobiles cellulaires 4G (appelés « IMT » pour, International Mobile Telecommunications), pouvait conduire à une remise en cause globale du reste des fréquences attribuées à la TNT dans la bande UHF<sup>1</sup>.

Au début de la conférence, une large majorité de pays ne souhaitaient pas de modifications dans cette bande<sup>2</sup> (position dite « *No change* »). Toutefois, dès la première semaine de la conférence, la question de la bande UHF et notamment de la bande 600 MHz (614-694 MHz) a rapidement pris de l'ampleur.

Les États-Unis, le Canada et le Mexique ont finalement obtenu une attribution aux services mobiles dans la bande UHF (y compris dans la bande 600 MHz).

Les discussions entre les pays de la Région 1 de l'UIT (zone Europe, Afrique,

1) Il s'agit de la bande 470-694 MHz, c'est-à-dire le spectre qui restera disponible pour la TNT après la réaffectation de la bande 700 au profit des réseaux mobiles.

2) 9 pays sur 10 ne souhaitaient aucune modification dans cette bande en début de conférence. Ils étaient encore 5 sur 6 en fin de conférence, après un très fort lobbying des États-Unis et de la GSMA, organe de lobbying des opérateurs mobiles de communications électroniques.

Moyen-Orient) ont abouti à un compromis prévoyant l'ouverture d'un point à l'ordre du jour de la Conférence mondiale des radiocommunications de 2023, qui réétudiera la question d'une nouvelle attribution au service mobile dans la bande UHF. En contrepartie, aucune modification n'a été apportée à la bande UHF en Région 1, et il a été convenu que la question ne serait pas inscrite non plus à l'ordre du jour de la prochaine Conférence prévue en 2019.

En Europe, et pour la première fois depuis près d'une décennie, la radiodiffusion ne se voit pas amputée d'une partie de sa ressource spectrale. De plus, ce compromis apporte certaines garanties au secteur audiovisuel, au moins pour les huit prochaines années, dans un contexte où les diffuseurs seront fortement sollicités et amenés à investir dans les plateformes hertziennes télévisuelles, avec notamment les opérations de transfert de la bande 700.

Enfin, ce compromis est globalement dans la ligne du jalon 2025 du Rapport Lamy, repris en France dans la loi du 14 octobre 2015 relative au deuxième dividende numérique et à la poursuite de la modernisation de la télévision numérique terrestre, qui dispose que la bande UHF est réservée en France pour la radiodiffusion jusqu'en 2030, avec un réexamen de cette position en 2025.

## Vie du réseau

### • 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 attachés techniques audiovisuels.

L'année 2015 a vu encore s'accroître les compétences des attachés, qui sont dotés d'outils de mesure innovants, acquis ou développés par le Secrétariat général aux territoires 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 résolution des dysfonctionnements en interrogeant les opérateurs de multiplex, les diffuseurs et, souvent, les usagers. Il en rend compte aux élus.

### • Les modifications techniques

Les renouvellements de contrats de diffusion conclus entre les opérateurs de multiplex et les opérateurs de diffusion, généralement d'une durée de cinq ans, peuvent engendrer des modifications techniques des émetteurs TNT (emplacement du site, hauteur d'antenne, diagramme de rayonnement, puissance de l'émetteur). Celles-ci peuvent aussi être réalisées en dehors des renouvellements de contrats afin notamment de résoudre des problèmes de réception dans les zones desservies.

En 2015, le Conseil a instruit 256 demandes de modification de caractéristiques techniques au cours de l'année, soit une augmentation de près de 70 % par rapport à l'année précédente ; 215 d'entre elles ont conduit à la délivrance d'une nouvelle autorisation. Cette augmentation correspond au premier renouvellement des contrats de 5 ans passés en 2010 et en 2011 lors des opérations de passage au tout numérique. L'année 2016 devrait voir le volume de ces demandes à nouveau augmenter avant une forte baisse en 2017.

Ces changements de caractéristiques techniques impliquant une modification de l'autorisation délivrée, il a été vérifié qu'ils

n’engendreraient pas de modifications de couverture significatives. Ces modifications ont été, sur le terrain, contrôlées par les attachés techniques audiovisuel des comités territoriaux de l’audiovisuel concernés, afin de s’assurer que les opérateurs de multiplex respectaient bien la nouvelle autorisation accordée par le Conseil (ceux-ci sont également intervenus sur le contrôle de la bonne mise en œuvre, dans le temps, des multiplex de la radio numérique terrestre sur les trois villes de Nice, Marseille et Paris avec l’aide de moyens de mesure spécialement dédiés à la RNT).

- **Traitement des zones sensibles**

Le Conseil accompagne les multiplex de la TNT dans la mise en œuvre de solutions 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 des zones sensibles, qui se réunit hebdomadairement, sont positifs pour la plateforme hertzienne puisqu’en moyenne, durant l’année 2015, c’est moins de 0,3 % 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, les zones traitées ont vu leur défaut résolu dans un délai moyen n’excédant pas cinq jours.

Durant l’année 2015, la principale cause de réclamation des téléspectateurs pour mauvaise réception de la télévision a été, comme en 2014 et en 2013, les interférences provoquées par les réseaux mobiles 4G à la norme LTE qui opèrent dans la bande adjacente

(98,1 % des réclamations en 2015 pour 98,2 % en 2014 et 91,6 % en 2013).

Le passage à la TNT en France a en effet 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 contigües, peut ponctuellement perturber la réception TNT. Le CSA est très attentif à la résolution de ces perturbations. Pour l’année 2015, l’usage de 5 716 sites a été autorisé pour la 4G-LTE800 MHz et 5 311 ont été déployés dans la bande 800 MHz, tous services confondus<sup>1</sup>. Fin 2015, 3 962 adresses en habitat collectif et 14 246 adresses en habitat individuel avaient été touchées par des brouillages 4G<sup>2</sup>, ce qui correspond à environ 44 000 foyers<sup>3</sup>. Les opérateurs de télécommunication ont corrigé la situation 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’ARCEP<sup>4</sup>.

Grâce aux dernières évolutions technologiques des outils de mesure et à 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 numérique, notamment avec l’arrivée des réseaux mobiles dans la bande des 700 MHz, prévue dès avril 2016 en Île-de-France.

1) Source ANFr.

2) Source ANFr.

3) En considérant qu’un habitat collectif est composé en moyenne de 13 foyers.

4) 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.

- **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'Union internationale des télécommunications (UIT), le Conseil s'est doté en 2014 d'un second véhicule de mesure pourvu d'un mât télescopique de 10 mètres et d'équipements complémentaires de métrologie performants et adaptés. Il permet 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. Attentif à la qualité de restitution des signaux audiovisuels auprès des usagers sur l'ensemble du territoire métropolitain et ultramarin, le Conseil s'est également doté de sondes de mesure TNT lui permettant d'analyser de manière autonome et économique la qualité du réseau TNT en plusieurs points du territoire et sur des durées de plusieurs jours, voire plusieurs semaines. L'ensemble de ces équipements sera fortement utilisé en 2016, dans le cadre des opérations de libération de la bande 700 MHz. 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 et 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 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. Des fréquences spécifiques sont parfois identifiées pour la diffusion de

chaînes locales ne pouvant être diffusées sur le multiplex R1.

À la fin de l'année 2015, plus de 42 millions de téléspectateurs métropolitains (soit 64 % de la population métropolitaine) avaient ainsi la possibilité de recevoir, sur la TNT, au moins une des 40 chaînes locales (trois chaînes locales ont également été autorisées à titre temporaire). À cette date, 574 émetteurs diffusaient 24 chaînes locales sur le multiplex R1, et 61 émetteurs diffusaient 19 chaînes locales, ainsi que France 24, sur un multiplex autonome (« simplex » ou multiplex local). Par ailleurs, 534 émetteurs diffusaient un second programme France 3 (14 programmes concernés).

Outre-mer, le Conseil a autorisé, en 2015, une nouvelle chaîne locale, à Saint-Martin : IO TV.

### **Les émetteurs des collectivités**

Dans le cadre de la poursuite de l'accompagnement des collectivités ayant décidé d'opérer des émetteurs notamment lors du passage au tout numérique, comme le prévoit l'article 30-3 de la loi du 30 septembre 1986, des demandes de modifications administratives et techniques, ou d'extension d'autorisation pour la diffusion des nouvelles chaînes HD, ont été traitées au cours de l'année 2015.

Dans la perspective des opérations de libération de la bande des 700 MHz, une première communication de sensibilisation a eu lieu fin 2015 vers les collectivités et leurs prestataires techniques. Il est prévu, dès début 2016, de détailler ces opérations, type d'émetteur par type d'émetteur, afin de guider ces collectivités sur le plan administratif et technique tout au long de ces échéances, notamment celle du mois d'avril.

## Les chaînes nationales hertziennes

À la fin de l'année 2015, trente chaînes nationales étaient à la disposition des téléspectateurs de la TNT. Vingt-quatre de ces chaînes étaient accessibles gratuitement et six étaient payantes<sup>1</sup>. Vingt-huit chaînes ont été autorisées en version haute définition dont dix-sept en 2015, qui émettront dans ce format à compter du 5 avril 2016.

### Le suivi des opérateurs

#### • Abrogation d'autorisation

##### Eurosport France

Le 14 janvier 2015, le Conseil a abrogé, à la demande de l'éditeur, l'autorisation accordée à la société Eurosport France SAS pour l'exploitation du service Eurosport France sur la TNT payante. Initialement filiale du groupe TF1, la société Eurosport SAS (qui détient 100 % du capital de la société Eurosport France SAS) est désormais détenue à 100 % par le groupe américain Discovery. La société Eurosport France SAS a fait l'objet le 31 décembre 2015 d'une transmission universelle de patrimoine au profit de sa société mère Eurosport SAS.

Le Conseil a également modifié sa décision du 21 octobre 2003 autorisant la société d'exploitation du multiplex R6 (SMR6), afin de prendre en compte le retrait de la chaîne. Simultanément, le Conseil a approuvé la nouvelle convention concernant la diffusion de ce même service sur les réseaux non-hertziens.

##### Numéro 23

Le Conseil a décidé, le 14 octobre 2015, de retirer l'autorisation de diffusion accordée le

3 juillet 2012 à la société Diversité TV pour l'exploitation de sa chaîne Numéro 23.

Cette décision a été prononcée en application du premier alinéa de l'article 42-3 de la loi du 30 septembre 1986, à l'issue de la procédure de sanction ouverte le 23 juin 2015 à l'encontre de la société Diversité TV. Elle est fondée sur la modification substantielle des données au vu desquelles l'autorisation a été accordée, liée aux conditions d'entrée de la société UTH au capital de Diversité TV et au pacte d'actionnaires signé le 21 octobre 2013 à la suite de cette opération. Le Conseil a relevé que les stipulations de ce pacte, conclu entre l'actionnaire majoritaire et UTH au cours de la période d'interdiction de changement de contrôle de deux ans et demi sur laquelle la société s'était engagée dans sa convention, visaient à une cession rapide de son capital. Cette opération a été dissimulée au Conseil malgré plusieurs relances de sa part, le pacte n'ayant été finalement reçu que le 25 mai 2015.

Ainsi, les dispositions du pacte d'actionnaires du 21 octobre 2013, se réalisant finalement dans le projet de cession de la société Diversité TV soumis à l'agrément du Conseil, révèlent que son actionnaire majoritaire a, dès mai 2013, et en contradiction avec les objectifs affirmés dans sa candidature, cherché avant tout à valoriser à son profit l'autorisation obtenue, dans la perspective d'une cession rapide.

Le Conseil a considéré qu'une telle démarche était constitutive d'un abus de droit entaché de fraude, en contradiction avec la finalité poursuivie par le législateur. En effet, le principe de gratuité d'occupation du domaine public hertzien audiovisuel, dont la protection constitue un impératif constitu-

1) Cette situation ne prend pas en compte le passage en gratuit de LCI, autorisé le 17 décembre 2015 mais qui n'était pas mis en œuvre à fin 2015.

tionnel, répond au principe fondamental de pluralisme garanti par la loi du 30 septembre 1986, et ne vise pas à asseoir la valeur financière de la personne morale titulaire d'une autorisation délivrée par le Conseil supérieur de l'audiovisuel.

Ces éléments étaient de nature à remettre en cause les choix opérés par le Conseil lors de l'appel à candidatures, qui doit reposer sur le principe d'égalité, et justifiaient dès lors l'abrogation de l'autorisation délivrée au terme de cet appel à la société Diversité TV. Pour assurer la protection de l'ensemble des principes et intérêts dont il a la charge, le Conseil a décidé que l'abrogation ne prendrait effet que le 30 juin 2016.

Saisi également d'une demande d'agrément présentée par la société Diversité TV relative à la prise de contrôle par le groupe NextRadioTV, le Conseil a constaté qu'il n'y avait plus lieu pour lui de se prononcer.

Le 9 décembre 2015, le Conseil a décidé de rejeter le recours gracieux contre la sanction de retrait que lui avait présenté la chaîne Numéro 23.

- **Modification des conventions des éditeurs**

En 2015, le Conseil a modifié les conventions des chaînes hertziennes nationales D8, D17, Chérie 25 et Canal+.

À la suite de l'annulation par le Conseil d'État de la décision du 23 juillet 2012 de l'Autorité de la concurrence relative à l'opération d'acquisition par les groupes Vivendi et Canal Plus des sociétés Direct 8 et Direct Star, puis de l'annulation de la décision du CSA du 18 septembre 2012 par laquelle il avait agréé cette opération d'acquisition, l'Autorité de la concurrence a procédé à un nouvel examen de l'opération. Le 2 avril

2014, il l'a autorisée sous réserve d'un certain nombre d'engagements. Saisi par la société Groupe Canal Plus de la modification des conventions des services D8 et D17, afin de se conformer aux exigences formulées par le Conseil d'État, le CSA a procédé à une étude d'impact préalable, sur le fondement de l'article 28 de la loi du 30 septembre 1986. Le 21 janvier 2015, il a adopté des projets d'avenants aux conventions de ces services, qui prennent en compte les nouveaux engagements relatifs aux conditions d'acquisition des films d'expression originale française.

Le 21 janvier 2015, le Conseil, à la demande de la chaîne Chérie 25, a accepté la modification de sa convention sur la question du quantum de diffusion d'œuvres cinématographiques, fixé à plus de 52 par an. Le 24 avril 2015, la convention de la chaîne a de nouveau été révisée pour prendre en compte le nouveau montant de son capital social.

Le Conseil a adopté, le 4 novembre 2015, un avenant à la convention du service de télévision Canal+ en application du décret n° 2015-1376 du 28 octobre 2015 modifiant le régime de diffusion et de contribution à la production d'œuvres cinématographiques des éditeurs de services de télévision de cinéma et conformément aux accords signés les 7 et 28 mai 2015 par Canal +, et le 17 juillet 2015 par OCS, avec les organisations professionnelles du cinéma.

- **Mises en demeure**

Les 8 juillet et 2 septembre 2015, 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 2014 et de respecter à l'avenir cette obligation conventionnelle.

## Évolution des modèles de financement

- **Demandes de passage en gratuit de LCI, Paris Première et Planète+**

À la suite de l'annulation par le Conseil d'État, le 17 juin 2015, pour un motif de procédure, des décisions rendues le 29 juillet 2014 par lesquelles le Conseil avait refusé d'agrérer les demandes de passage en gratuit des groupes TF1 et Métropole Télévision concernant les chaînes LCI et Paris Première, le Conseil a procédé à un nouvel examen des demandes, en tenant compte de la grille de lecture définie par le Conseil d'État. Les groupes TF1 et Métropole Télévision ont actualisé leurs demandes d'agrément de modification des modalités de financement en juillet 2015. Le Groupe Canal+ a, par ailleurs, saisi le Conseil, en juillet 2015, d'une nouvelle demande d'agrément de modification des modalités de financement concernant son service Planète+.

Conformément à la loi, le Conseil a réalisé trois études d'impact, notamment économique, qu'il a adoptées en réunion plénière, le 18 novembre 2015, après avoir entendu au cours d'auditions publiques les demandeurs, le 14 septembre 2015, et les tiers intéressés, les 20 et 22 octobre 2015.

À la suite de la publication de ces études d'impact le 23 novembre 2015, chacun des demandeurs a fait parvenir des observations et a formalisé des propositions d'engagements éditoriaux et économiques qui ont fait l'objet d'une publication sur le site du Conseil, le 30 novembre 2015.

Après avoir auditionné une dernière fois les tiers intéressés qui en avaient fait la demande, puis les trois demandeurs, le

Conseil a décidé, le 17 décembre 2015, d'autoriser la diffusion en TNT gratuite de LCI. Il a en effet estimé que la chaîne courrait un risque de disparition en cas de poursuite de son exploitation dans l'univers de la télévision payante et que son accès gratuit contribuerait au pluralisme et à l'intérêt du public. La demande présentée par le groupe TF1 est agréée sous réserve de la signature, par l'éditeur du service LCI, d'un avenant à la convention conclue le 10 juin 2003 avec le Conseil reprenant les engagements souscrits par le groupe TF1 à l'appui de sa demande.

S'agissant des demandes présentées par la société Métropole Télévision et Groupe Canal+, le Conseil a décidé de les rejeter, estimant que les situations particulières de Paris Première et de Planète+ ne justifiaient pas, en l'état, de déroger à l'exigence générale d'un appel à candidatures ouvert.

(55)

## Les chaînes locales et régionales

### Suivi des opérateurs en métropole

Au 31 décembre 2015, 40 services privés de télévision locale (contre 44 au 1<sup>er</sup> janvier 2015) étaient autorisés à diffuser par voie hertzienne terrestre sur le territoire métropolitain.

- **Appels à candidatures et autorisations**

Au cours de l'année 2015, le Conseil a procédé à deux appels à candidatures pour l'édition de chaînes à vocation locale diffusées en clair par voie hertzienne terrestre :

- l'un sur la zone de Nancy qui a abouti le 4 février 2015 à l'autorisation de la société Mirabelle TV Nancy ;

• l'autre sur la zone de Villefranche sur Saône/Lyon/Vienne qui a abouti, le 18 décembre 2015, à l'autorisation de l'extension de la couverture de TLM, service autorisé depuis de nombreuses années dans la zone de Lyon.

Il a également autorisé, le 21 janvier, la société TV Sud PO à diffuser le service TV Sud PO dans la zone de Perpignan, à la suite d'un appel à candidatures lancé en juillet 2013.

Enfin, les 2 et 18 décembre, à la suite de ses travaux sur la modernisation de la plate-forme TNT et le passage au tout MPEG-4, il a lancé 21 puis 11 appels pour l'édition de services de télévision locale diffusés en clair par voie hertzienne terrestre en haute définition, en vue de permettre aux chaînes locales déjà autorisées sur le territoire métropolitain de passer en HD dès 2016. Ces deux vagues d'appels avaient été précédées, le 12 novembre, d'une table ronde présidée par Nicolas About et Nathalie Sonnac.

- **Renouvellement hors appel à candidatures**

Dans le cadre de la procédure de renouvellement des autorisations hors appel à candidatures prévues à l'article 28-1 de la loi du 30 septembre 1986 modifiée, le Conseil a reconduit pour une durée de cinq ans les autorisations délivrées aux sociétés Le Mans Télé, Télé Grenoble, TV Tours et Télé Toulouse. Il a également reconduit pour un an l'autorisation accordée à la société La Chaîne Marseille.

- **Abrogations**

À la suite de la restitution des fréquences par l'éditeur, le Conseil a abrogé l'autorisation délivrée à la société TLM pour l'édition de la chaîne TLM dans la zone de Lyon-Taluyers. Après la prononciation, par les tribunaux de

commerce de Dunkerque, de La Rochelle, de Dijon, de Chaumont et de Toulouse, de la liquidation de la SAEM TV Côte d'Opale, de la société Télé Des Perthuis, de la société Voo TV, de la société Télé du Net et de la société Toulouse Télévision, le Conseil a abrogé les autorisations accordées à ces sociétés pour l'exploitation des chaînes locales Opal'TV, Cela TV, Voo TV, Territorial TV et TLT.

- **Mises en garde**

Le Conseil a constaté que Canal 32, Angers TV, Tébéo et TV Paese ne lui avaient pas transmis leurs bilans de programmation pour l'exercice 2014, et les a mis en garde contre le renouvellement d'un tel manquement.

- **Mises en demeure**

À l'issue de la procédure de sanction mise en œuvre par le rapporteur indépendant à l'encontre de l'association Banlieues du Monde, pour modification substantielles des données au vu desquelles l'autorisation avait été accordée, le Conseil a mis en demeure l'association, le 16 avril 2015, de se conformer aux dispositions de l'article 1 de sa décision d'autorisation en exploitant elle-même le service BDM pendant toute la durée de l'autorisation.

## **Suivi des opérateurs outre-mer**

- **De nouvelles autorisations**

En raison de l'arrivée à échéance des autorisations de plusieurs télévisions locales ultramarines, le Conseil a lancé, au cours de l'année 2014, des appels à candidatures pour des télévisions locales. En 2015, les télévisions suivantes ont été autorisées :

- en Guadeloupe : Canal 10, Alizés Guadeloupe ;

- en Martinique : KMT, ATV Martinique ;
- à La Réunion : Antenne Réunion ;
- à Saint-Martin : IO TV ;
- à Saint-Barthélemy : Carrib'in TV.

Par ailleurs, l'autorisation de la chaîne TNTV en Polynésie, dont l'existence est prévue dans les lois organiques portant statut d'autonomie de la Polynésie française et qui n'est donc pas issue d'un appel à candidatures, a été renouvelée.

Une autorisation a été délivrée à la société ETV Global pour le multiplexage des programmes des chaînes Éclair TV et Alizés Guadeloupe (département de la Guadeloupe).

- **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 associe la Polynésie Française à la politique de communication audiovisuelle. Cette convention doit être soumise à l'avis de l'assemblée de Polynésie française »*. Cette convention a été signée le 24 novembre par Olivier Schrameck, président du CSA, et M. Édouard Fritch, président de la Polynésie française.

- **Reconductions d'autorisation hors appel à candidatures**

Les autorisations de Zouk TV à la Martinique et de Télékréol à La Réunion ont été reconduites hors appel à candidatures, ainsi que celles de Télémante et de Kwezi TV à Mayotte. M. Patrice Gélinet, président du groupe de travail « Outre-mer », s'est rendu en 2015 aux Antilles et en Guyane, ainsi qu'en Nou-

velle-Calédonie. Ces déplacements lui ont permis de rencontrer les opérateurs audiovisuels et les responsables des collectivités territoriales. En Nouvelle-Calédonie s'est tenue la réunion de la commission de travail instituée par la convention passée entre le CSA et la Nouvelle-Calédonie.

## 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 »*.

- **Les services de télévision locaux hertziens<sup>1</sup>**

L'examen par le Conseil de ces éléments a été réalisé à partir des comptes sociaux 2014<sup>2</sup> de 36 (contre 37 en 2014) éditeurs de chaînes de télévision locale hertzienne 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 complétés au compte de résultat ;
- les recettes de téléachat ;

1) Services de télévision locaux diffusés par la TNT.

2) Conformément à l'article 4-1-2 de leur convention, les éditeurs ont l'obligation de transmettre au Conseil, dans les six mois suivant la clôture de chaque exercice, le bilan, le compte de résultat, l'annexe et le rapport de gestion, ainsi qu'il est prévu à l'article L 232-1 du code de commerce.

- les prestations réalisées pour le secteur public (ventes d'espaces publicitaires, communication institutionnelle, prestations audiovisuelles...) ;
- les contrats d'objectifs et de moyens (COM) conclus avec les collectivités territoriales ;
- les subventions d'exploitation émanant du secteur public.

Les ressources consolidées de ces services s'élèvent ainsi à 49,9 millions d'euros pour l'exercice 2014, en baisse de 7 % par rapport à l'année 2013 (dans un contexte de baisse de 3 % du nombre de chaînes de télévision locale hertzienne).

Le secteur public fournit plus de la moitié des ressources des chaînes locales hertziennes (54 % en moyenne), essentiellement sous la forme de contrats d'objectifs et de moyens. Le financement public est en proportion comparable entre 2013 et 2014 (53 % en moyenne en 2013). De manière générale, entre ces

58

#### Origines des ressources des télévisions locales

|                                     |                |              |
|-------------------------------------|----------------|--------------|
| Ressources issues du secteur privé  | 22,8 M€        | 46 %         |
| <i>dont publicité</i>               | 13,8 M€        | 28 %         |
| Ressources issues du secteur public | 27,1 M€        | 54 %         |
| <i>dont COM</i>                     | 18,0 M€        | 36 %         |
| <b>Total</b>                        | <b>49,9 M€</b> | <b>100 %</b> |

deux exercices, la répartition des ressources des télévisions locales est relativement stable.

Au sein de cette analyse globale du secteur, deux types de services se distinguent toutefois :

- deux 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 ;
- six 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 franciliennes | Chaînes à l'actionnariat public majoritaire | Autres chaînes | Total       |
|-------------------------------------|-----------------------|---|----------------|-------------|
| Ressources issues du secteur privé  | 4,8                   | 2,4   | 15,6           | 22,8        |
| <i>dont publicité</i>               | 3,6                   | 1,2   | 9,0            | 13,8        |
| Ressources issues du secteur public | 0,6                   | 8,9   | 17,6           | 27,1        |
| <i>dont COM</i>                     | 0,0                   | 7,0   | 11,0           | 18,0        |
| <b>Total</b>                        | <b>5,4</b>            | <b>11,3</b>                                 | <b>33,2</b>    | <b>49,9</b> |

| % des ressources totales            | Chaînes parisiennes | Chaînes à l'actionnariat public majoritaire | Autres chaînes | Total        |
|-------------------------------------|---------------------|---|----------------|--------------|
| Ressources issues du secteur privé  | 89 %                | 21 %  | 47 %           | 46 %         |
| <i>dont publicité</i>               | 75 %                | 11 %  | 27 %           | 28 %         |
| Ressources issues du secteur public | 11 %                | 79 %  | 53 %           | 54 %         |
| <i>dont COM</i>                     | 0 %                 | 62 %  | 33 %           | 36 %         |
| <b>Total</b>                        | <b>100 %</b>        | <b>100 %</b>                                | <b>100 %</b>   | <b>100 %</b> |

La publicité représente en moyenne un peu plus d'un quart des produits.

La publicité locale constitue 94 % du chiffre d'affaires publicitaires des chaînes locales de province alors que 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 1,5 M€.

#### Les charges d'exploitation des chaînes locales

| Charges d'exploitation annuelles | Nombre de chaînes |
|----------------------------------|-------------------|
| > 5M€                            | 1                 |
| 3 à 4 M€                         | 2                 |
| 2 à 3 M€                         | 3                 |
| 1 à 2 M€                         | 15                |
| 0,5 M€ à 1 M€                    | 11                |
| <0,5 M€                          | 5                 |
| <b>Total</b>                     | <b>54,3 M€</b>    |
|                                  | <b>36</b>         |

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

Abstraction faite des services de télévision locale édités par des associations ou coopératives, moins de quatre chaînes sur dix présentent un résultat d'exploitation positif. Globalement, le secteur enregistre une perte d'exploitation cumulée de 6,6 M€.

La structure financière du secteur reflète son équilibre économique précaire.

#### Structure financière du secteur

| Capitaux propres                   | -19,7 M€      |
|------------------------------------|---------------|
| Comptes courants                   | 27,0 M€       |
| Part des emprunts bancaires > 1 an | 3,1 M€        |
| Capitaux permanents                | 10,4 M€       |
| Fonds de roulement                 | -0,7 M€       |
| Besoin en fonds de roulement       | -4,0 M€       |
| <b>Trésorerie nette</b>            | <b>3,3 M€</b> |

Les pertes accumulées ont entamé les fonds propres des sociétés qui affichent une situation nette cumulée négative de 19,7 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 (27 M€) et par un besoin en fonds de roulement négatif.

#### •Les services locaux non hertziens<sup>1</sup>

L'examen par le Conseil porte sur les éléments financiers déclarés par 69 services locaux non hertziens (dits « canaux locaux ») conventionnés et actifs en 2013, qui est la dernière année pour laquelle le Conseil dispose d'éléments suffisamment complets pour pouvoir faire l'objet d'une exploitation.

Seuls 22 canaux locaux présentent des comptes qui n'ont pas besoin d'être extraits d'états comptables recouvrant une réalité économique plus large, l'éditeur (société commerciale, association ou syndicat de communes) n'ayant pas d'autre activité que l'édition du canal local. Dans ce cas, les éléments financiers s'appuient sur les comptes des éditeurs.

Pour les 47 autres canaux, les éléments financiers propres à l'exploitation du canal ont dû être individualisés par l'éditeur dans sa comptabilité. C'est le cas pour les services

1) Services de télévision locaux diffusés hors TNT : par câble, notamment.

opérés par les communes, mais aussi pour les structures émanant de collectivités territoriales et de sociétés commerciales dont le canal local n'est pas l'unique activité.

Les communes, les communautés d'agglomérations, les syndicats de communes et les structures qui sont des émanations des collectivités locales ou contrôlées par elles (régies, SEM, offices de tourisme...) sont les premiers acteurs du secteur. En effet, sur 69 services, seuls 25 d'entre eux sont exploités par des associations ou des structures commerciales avec un actionnariat privé.

Le secteur recouvre une large diversité de services aux contenus très hétérogènes, même s'ils sont centrés sur l'information concernant la vie locale.

60

Les budgets des canaux locaux présentent une très grande dispersion, variant dans une fourchette comprise entre 0 € et 1,2 M€.

52 % des canaux ont ainsi un budget inférieur à 100 K€, alors que 15 % seulement de l'ensemble de ces services ont un budget supérieur à 500 K€.

### Répartition des services par budget

| Budgets         | Nombre de canaux |
|-----------------|------------------|
| 0 à 50 K€       | 24               |
| 50 K€ à 100 K€  | 12               |
| 100 K€ à 200 K€ | 14               |
| 200 K€ à 400 K€ | 6                |
| 400 K€ à 500 K€ | 3                |
| 500 K€ à 600 K€ | 3                |
| 600 K€ à 700 K€ | 4                |
| 700 K€ à 800 K€ | 2                |
| 1,2 M€          | 1                |
| <b>Total</b>    | <b>69</b>        |

Le budget médian du secteur s'établit à 90 K€.

Un seul canal local est doté d'un budget comparable à celui d'une chaîne locale de la TNT.

- **Part des revenus publics dans le budget des canaux locaux**

Dans le tableau ci-dessous, il a été considéré pour toutes les entités de droit public que les « revenus » couvraient le budget. Pour les éditeurs de droit privé, les revenus correspondent au chiffre d'affaires majoré des subventions publiques.

### Part des revenus publics dans le budget des canaux locaux

|  | Nombre    | Budget (K€)   | Revenus (K€)  | Dont revenus issus du secteur public |
|--|-----------|---------------|---------------|--------------------------------------|
| Canaux édités directement ou indirectement par une collectivité territoriale * | 44        | 6 417         | 5 141         | 4 340 K€ (84 %)                      |
| Canaux édités par une structure privée**                                       | 25        | 7 088         | 6 924         | 6 411 K€ (93 %)                      |
| <b>Total</b>   | <b>69</b> | <b>13 505</b> | <b>12 065</b> | <b>10 751</b>                        |

\* services édités par les mairies, syndicats de communes, régies municipales, sociétés d'économie mixte.

\*\* services édités par des associations ou des structures commerciales.

Les budgets des canaux locaux totalisent 13,5 M€.

Les ressources globales du secteur s'établissent à 12,1 M€ dont 88 % (10,7 M€) proviennent du secteur public. Les ressources publiques financent ainsi 79 % du budget global du secteur. Les revenus issus du secteur privé ne représentent que 1,4 M€. Il apparaît ainsi que l'existence des canaux locaux dépend pour une part essentielle du financement public.

## Chaînes des autres réseaux

Au 31 décembre 2015, 268 chaînes étaient conventionnées ou déclarées pour une diffusion en France sur les réseaux n'utilisant pas de fréquences assignées par le Conseil (câble, satellite, ADSL, mobile, internet).

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

| Services de télévision  | 268 |
|---|-----|
| Services de télévision conventionnés                                | 184 |
| <i>dont : services pour une diffusion en métropole</i>              | 141 |
| <i>dont : services outre-mer</i>                                    | 14  |
| <i>dont : services pour une diffusion hors métropole en Europe*</i> | 29  |
| Services de télévision déclarés                                     | 84  |
| <i>dont : services de télévision déclarés outre-mer</i>             | 6   |

\* Eurosport 2 (International) (dix-huit services conventionnés en dix-huit langues hors métropole), un service Eurosportnews, deux services Motors TV International et Motors UK, huit services conventionnés pour une diffusion sur le territoire Suisse.

Au cours de l'année 2015, quatorze services ont résilié leur convention ou n'ont pas fait l'objet d'un renouvellement de leur convention : M6 Music Club, M6 Music Black, Pink TV, Stylia, La chaîne Théâtres, Cap Canal,

Montagne TV, Cinésalt, Kurd 1 ; le groupe Canal+ a décidé, dans le cadre de la réorganisation de son pôle d'édition de chaînes, de l'arrêt de cinq services : Maison+, Cuisine+, Jimmy, Sport+ et Planète+ Thalassa.

## Nouvelles chaînes

Durant l'année 2015, le Conseil a conclu vingt-sept conventions avec de nouvelles chaînes et six nouveaux services ont bénéficié du régime déclaratif.

### Nouvelles chaînes nationales conventionnées ou déclarées

| Chaînes conventionnées      | Chaînes déclarées   |
|-----------------------------|---|
| 2 rives TV                  | Cooking TV  |
| Eurosport 1 (France)        | Fitness TV  |
| MCS Maison                  | Gossip TV   |
| RT France                   | Pretty TV   |
| Stad'Afrique                | Ouï FM La Télé  |
| Sud 1 <sup>ère</sup>        | Mee TV  |
| D8 en Suisse                |   |
| NRJ 12 en Suisse            |   |
| Eurosport 2 (France)        | 18 conventions  |
| Eurosport 2 (International) | en allemand, anglais, bulgare, espagnol, finlandais, grec, hongrois, italien, néerlandais, norvégien, polonais, portugais, roumain, russe, serbe, suédois, tchèque et turc. |

61

## Suivi des opérateurs

Le Conseil a adopté, le 4 février 2015, le changement de la personne morale éditrice du service Kiosque Sport, qui est désormais Groupe Canal+.

Le 4 février 2015, le Conseil a également adopté la demande de la société SEDI TV, éditrice de la chaîne Téva, de diminuer ses quotas de diffusion d'œuvres audiovisuelles. Cette baisse a été acceptée en contrepartie de l'engagement de l'éditeur de consacrer 15 % de son obligation d'investissement

dans la production à des œuvres audiovisuelles d'expression originale française inédites produites par des entreprises de production indépendantes.

Le Conseil a répondu favorablement, les 25 mars 2015 et 10 juin 2015, aux demandes de Canal J et AB1 de diffuser plus de 52 œuvres cinématographiques par an. Il a adopté le 3 juin 2015 un avenant à la convention de la chaîne Ubiznews TV permettant la diffusion sur cette chaîne d'œuvres audiovisuelles et cinématographiques.

Le 2 décembre 2015, un avenant aux conventions des services de télévision OCS Choc, OCS City, OCS Géants et OCS Max a été adopté, en application du décret n° 2015-1376 du 28 octobre 2015 modifiant le régime de diffusion et de contribution à la production d'œuvres cinématographiques des éditeurs de services de télévision de cinéma et conformément à l'accord signé le 17 juillet 2015 avec les organisations professionnelles.

- **Renouvellement des conventions arrivant à échéance au 31 décembre 2015**

Les 2 et 16 décembre 2015, le Conseil a renouvelé ou prorogé les conventions de 30 éditeurs de services. À cette occasion, et sans attendre la fin de la discussion interprofessionnelle sur les conditions de négociation des mandats de commercialisation et droits secondaires, le Conseil a décidé d'intégrer celles des nouvelles dispositions introduites par le décret n° 2015-483 du 27 avril 2015 portant modification du régime de contribution à la production d'œuvres audiovisuelles de services de télévision qui ne nécessitait pas d'accords professionnels spécifiques.

Il a en outre décidé de ne pas renouveler la convention d'Eurosport 2, mais d'approuver le conventionnement du service Euro-

port 2 (France) et les dix-huit conventions Eurosport 2 (International) pour ses différentes versions linguistiques, afin de prendre en compte la nouvelle stratégie du groupe Eurosport d'évoluer vers un positionnement plus « local » des chaînes, à la suite de l'arrivée au capital de la société Discovery.

Le Conseil a, par ailleurs, renouvelé la convention du service 13<sup>ème</sup> Rue. Saisi par l'éditeur de différentes demandes de modification, il a décidé d'accorder une dérogation conventionnelle aux dispositions de l'article 3 de la recommandation du 7 juin 2005 limitant le nombre de diffusions exceptionnelles de programmes interdits ou déconseillés aux moins de 12 ans à partir de 20 h 30, en autorisant 36 diffusions au lieu des 16 prévues par le régime général dont un maximum de 12 œuvres cinématographiques. Il a également intégré la possibilité de diffuser annuellement un minimum de 30 % d'œuvres audiovisuelles d'expression originale française (EOF), au lieu de 40 %, en contrepartie de l'engagement de porter à 20 % de l'obligation globale de contribution à la production audiovisuelle, les dépenses en faveur de la production inédite d'œuvres EOF.

## **La radio**

### **La bande FM**

### **Ressources**

- **Les appels à candidatures**

Le Conseil a lancé, en 2015, treize appels à candidatures, dans le ressort des comités territoriaux de l'audiovisuel (CTA) d'Antilles et Guyane, Bordeaux, Caen, Dijon, la Réunion et Mayotte, Marseille pour la région Corse,

Paris, Polynésie française, Rennes et Toulouse. Parmi les 440 fréquences proposées dans le cadre de ces appels, 131 étaient nouvelles et visent à enrichir l'offre radiophonique de plusieurs régions.

Par ailleurs, le Conseil a donné son agrément au choix de sites de diffusion pour 27 fréquences, ce qui lui a permis de délivrer des autorisations pour de nouvelles radios dans le ressort des CTA de Lille, Marseille (pour la région Corse) et Nancy.

- **Attribution de fréquences à Radio France**

Le Conseil a autorisé Radio France à faire usage de 10 nouvelles fréquences pour la diffusion de :

- France Info à Chamonix, Nérac, Rochefort, Pontarlier, Clermont, Verneuil-sur-Avre et Ussel ;
- France Bleu Île-de-France à Coulommiers ;
- France Bleu Picardie à Tergnier ;
- France Bleu Gironde à Nérac.

Il a aussi autorisé France Télévisions à utiliser 8 nouvelles fréquences pour la diffusion de Martinique 1<sup>ère</sup> et France Inter au Vauclin, ainsi que France Inter en Guyane, dans les zones d'Apatou, Grand-Santi, Papaïchton, Maripasoula, Camopi et Saul.

- **Modifications de paramètres techniques**

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 comités territoriaux de l'audiovisuel. En 2015, 186 demandes de radios privées et 53 demandes de Radio France ont été instruites.

- **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 par les accords de Genève de 1984.

Dans le cadre de sa mission de gestion du spectre, le Conseil a poursuivi ses travaux de coordination internationale, dans le cadre prévu par les accords. Les services du Conseil ont ainsi été amenés à rencontrer les administrations belge, anglaise et espagnole. Une campagne de mesures a été menée conjointement par les administrations française et allemande dans le cadre de la coordination de fréquences à Strasbourg.

Il a aussi consulté les administrations étrangères au sujet de 143 fréquences et étudié 174 demandes issues des pays frontaliers.

- **Puissance multiplex**

Au cours des dernières décennies, la diffusion radio a pu bénéficier de progrès technologiques importants, notamment grâce au développement des techniques de traitement numérique du son, ce qui peut conduire à augmenter l'énergie du signal sonore et influe directement sur un paramètre, non réglé à ce jour en France, appelé « puissance multiplex ». Dans la continuité des actions menées en 2013 et 2014 sur ce sujet, le Conseil et l'Agence nationale des fréquences ont soumis à l'Union internationale des télécommunications une contribution qui a vocation à lancer des travaux à ce sujet, en analysant l'impact d'une puissance multiplex élevée sur la qualité auditive du signal radio.

Le contenu de cette contribution a été présenté, pour échange, aux acteurs du secteur.

## **Protection de la réception et 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 fré-

quence et puissance d'émission) attachées aux autorisations d'usage de fréquences délivrées par le Conseil. Ils instruisent 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 du Conseil.

Au cours de l'année 2015, les ATA se sont notamment concentrés sur la mesure d'excursion de fréquence 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 en 2014.

## Suivi des opérateurs en métropole

### • Appels à candidatures

En 2015, le Conseil a mené à terme trois appels à candidatures et en a lancé huit autres. Les appels lancés dans le ressort des comités territoriaux de l'audiovisuel de Caen et de Rennes ont été précédés d'une consultation publique et d'une étude d'impact dans les zones de Rouen et de Lorient, conformément à l'article 31 de la loi du 30 septembre 1986. Le Conseil a également procédé à une consultation publique et à des études d'impact dans sept zones de la région Rhône-Alpes, préalablement au prochain

### Lancement et suivi des appels à candidatures radio en 2015

| CTA concerné                            | Date de lancement                            | Nombre de fréquences             | Recevabilité                              | Sélection   | Autorisations   |
|---|--|----------------------------------|---|---|---|
| Nancy                                   | 3 novembre 2011                              | 3 autorisations abrogées à Reims | 10/05/2012                                | 13 mai 2015   | 29 juillet 2015   |
| Lille                                   | 24 juillet 2013 rouvert le 18 septembre 2013 | 14                               | 11/12/2013 (39 recevables)                | 4 juin 2014   | 25 mars et 29 juillet 2015 (pour la zone de Dunkerque)  |
| Rennes<br>(appel en AM à Saint-Guénolé) | 30 juillet 2014                              | 1 (1593 kHz)                     | 26/11/2014 (1 recevable)                  |   | 8 avril 2015  |
| Lyon                                    | 1 <sup>er</sup> octobre 2014                 | 57                               | 4/03/2015 (54 recevables, 1 irrecevable)  | 24 juin et 30 septembre 2015 (pour Belley et Novalaise) |   |
| Caen                                    | 15 octobre 2014                              | 32                               | 14/01/2015 (44 recevables)                | 6 mai 2015  |   |
| Marseille (Corse)                       | 21 janvier 2015                              | 30                               | 16/04/2015 (28 recevables)                | 10 juin 2015  | 4 novembre 2015 (Corte)   |
| Rennes                                  | 18 mars 2015                                 | 81                               | 10/06/2015 (77 recevables)                | 7 octobre 2015  | 20 janvier 2016 (zones de Saint-Malo, Carhaix-Plouguer, Luçon, La Roche-sur-Yon, Saint-Gilles-Croix-de-Vie) |
| Paris                                   | 16 avril 2015                                | 26                               | 15/07/2015 (54 recevables)                | 13 janvier 2016   |   |
| Toulouse                                | 13 mai 2015                                  | 99                               | 30/09/2015 (40 recevables, 1 irrecevable) | 27 janvier 2016   |   |
| Dijon                                   | 13 mai 2015                                  | 41                               | 2/09/2015 (46 recevables)                 | 18 novembre 2015  |   |
| Caen                                    | 23 septembre 2015                            | 15                               | 13/01/2016 (59 recevables)                |   |   |
| Bordeaux                                | 30 septembre 2015                            | 15                               |   |   |   |
| Rennes (Lorient)                        | 18 novembre 2015                             | 8                                |   |   |   |

lancement d'un appel dans cette région. Ces études d'impact ont été publiées sur le site du Conseil le 18 décembre 2015.

- **Reconductons d'autorisations**

Pour les opérateurs qui relèvent de sa compétence décisionnelle, le Conseil a déclaré reconductibles plus d'une centaine d'autorisations radio, et en a reconduit une cinquantaine.

- **Modifications de conventions et d'autorisations**

Le Conseil a notamment agréé :

- la cession des services Happy FM, Radio Golfe d'Amour, Variation et Virgin Radio Vendée ;
- une syndication de programmes entre les services Variation et Océane ;
- des modifications de programmes pour les radios Virgin Radio Provence, Virgin Radio Côte d'Opale, Virgin Radio Nord Picardie et RFM Nord.

- **Avis sur des projets de cession avec location-gérance**

Le Conseil a été saisi pour avis à deux reprises en 2015 sur des projets de cession avec location-gérance : en juillet, il a émis un avis favorable à la reprise d'Éole par Plein Cœur ; en décembre, il a émis un avis défavorable à la reprise de Vitamine par trois repreneurs potentiels.

- **Abrogations d'autorisations**

À la suite de restitutions de fréquences, le Conseil a décidé d'abroger les autorisations de La Radio de la Mer programme Oüï FM (Brest, Lorient, Les Sables-d'Olonne, Cherbourg, Granville, Fécamp, Dunkerque et Boulogne-sur-Mer), Radio Shalom (Besançon), Radio Trait d'Union (Lyon), Sweet FM (Nogent-le-Rotrou), Urban Hit (La Ferté-sous-Jouarre), RCF Email Limousin (Aubusson), Sun (Nantes), Radio Picardie Littoral (Abbeville et Cayeux-sur-Mer), Cristal (Verneuil-sur-Avre).

#### Pourcentage de fréquences FM privées par catégorie en métropole au 31 décembre 2015

| CTA                     | CATÉGORIE A | CATÉGORIE B | CATÉGORIE C | CATÉGORIE D | CATÉGORIE E |
|-------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| <b>Bordeaux</b>         | 26 %        | 15 %        | 12 %        | 30 %        | 17 %        |
| <b>Caen</b>             | 16 %        | 17 %        | 12 %        | 38 %        | 17 %        |
| <b>Clermont-Ferrand</b> | 20 %        | 15 %        | 8 %         | 39 %        | 18 %        |
| <b>Dijon</b>            | 22 %        | 14 %        | 12 %        | 34 %        | 18 %        |
| <b>Lille</b>            | 11 %        | 19 %        | 20 %        | 31 %        | 19 %        |
| <b>Lyon</b>             | 23 %        | 17 %        | 8 %         | 35 %        | 17 %        |
| <b>Marseille</b>        | 19 %        | 16 %        | 16 %        | 32 %        | 17 %        |
| <b>Nancy</b>            | 18 %        | 17 %        | 12 %        | 35 %        | 18 %        |
| <b>Paris</b>            | 20 %        | 23 %        | 2 %         | 41 %        | 14 %        |
| <b>Poitiers</b>         | 19 %        | 21 %        | 6 %         | 37 %        | 17 %        |
| <b>Rennes</b>           | 22 %        | 16 %        | 9 %         | 37 %        | 16 %        |
| <b>Toulouse</b>         | 30 %        | 16 %        | 13 %        | 26 %        | 15 %        |
| <b>TOTAL</b>            | 21 %        | 17 %        | 11 %        | 34 %        | 17 %        |

## Nombre d'opérateurs et de fréquences FM par CTA et par catégorie en métropole au 31 décembre 2015

### DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE DU SECTEUR AUDIOVISUEL LES SERVICES DE MÉDIAS AUDIOVISUELS

| CTA                      | CATÉGORIE A           | CATÉGORIE B           | CATÉGORIE C           | CATÉGORIE D           | CATÉGORIE E           | TOTAL                 |
|--------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
|                          | opérateurs fréquences |
| BORDEAUX                 | 55                    | 16                    | 8                     | 16                    | 4                     | 99                    |
|                          | 99                    | 59                    | 44                    | 113                   | 66                    | 381                   |
| CAEN                     | 34                    | 14                    | 8                     | 21                    | 3                     | 78                    |
|                          | 63                    | 69                    | 47                    | 156                   | 68                    | 403                   |
| CLERMONT-FERRAND         | 36                    | 14                    | 7                     | 17                    | 4                     | 78                    |
|                          | 67                    | 55                    | 27                    | 139                   | 62                    | 350                   |
| DIJON                    | 38                    | 12                    | 6                     | 17                    | 3                     | 76                    |
|                          | 66                    | 43                    | 35                    | 103                   | 53                    | 300                   |
| LILLE                    | 26                    | 11                    | 13                    | 18                    | 3                     | 71                    |
|                          | 28                    | 48                    | 52                    | 82                    | 48                    | 258                   |
| LYON                     | 78                    | 28                    | 18                    | 21                    | 4                     | 149                   |
|                          | 163                   | 126                   | 60                    | 253                   | 119                   | 721                   |
| MARSEILLE                | 47                    | 24                    | 21                    | 20                    | 4                     | 116                   |
|                          | 105                   | 90                    | 90                    | 178                   | 97                    | 560                   |
| NANCY                    | 49                    | 23                    | 12                    | 19                    | 3                     | 106                   |
|                          | 96                    | 94                    | 64                    | 189                   | 101                   | 544                   |
| PARIS                    | 35                    | 21                    | 2                     | 18                    | 4                     | 81                    |
|                          | 37                    | 42,5                  | 4                     | 74                    | 26                    | 183,5                 |
| POITIERS                 | 33                    | 10                    | 5                     | 19                    | 3                     | 70                    |
|                          | 56                    | 64                    | 17                    | 110                   | 51                    | 298                   |
| RENNES                   | 53                    | 19                    | 8                     | 16                    | 3                     | 99                    |
|                          | 94                    | 70                    | 38                    | 158                   | 67                    | 427                   |
| TOULOUSE                 | 93                    | 17                    | 23                    | 17                    | 4                     | 154                   |
|                          | 225,5                 | 122                   | 93                    | 195                   | 115                   | 750,5                 |
| <b>TOTAL OPÉRATEURS*</b> | <b>567</b>            | <b>173</b>            | <b>69</b>             | <b>25</b>             | <b>5</b>              | <b>839</b>            |
| <b>TOTAL FREQUENCES</b>  |                       |                       | <b>882,5</b>          | <b>571</b>            | <b>1750</b>           | <b>873</b>            |
|                          |                       |                       |                       |                       |                       | <b>5176</b>           |

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

Les fréquences correspondantes ont été remises en jeu lors d'appels à candidatures ou le seront prochainement.

## Suivi des opérateurs outre-mer

### • Appels à candidatures

Plusieurs appels à candidatures ont été lancés en 2015, notamment en raison d'autorisations arrivant à échéance :

- à la Réunion, le 20 mai 2015 ; le Conseil a procédé à la sélection des candidats le 18 décembre 2015 ;
- à Mayotte, le 16 septembre 2015 ;
- en Polynésie française, le 10 juin 2015, après avis favorable du gouvernement de la Polynésie française.

### • Abrogations d'autorisations

À la suite de restitutions de fréquences, ont été abrogées les décisions d'autorisation des radios Maravareva FM et Tereo o Tefana (sur certaines zones) en Polynésie française, ainsi que celle d'Antenne Réunion à la Réunion.

### • Mises en demeure

Au cours de l'année 2015, le Conseil a prononcé, à l'encontre d'éditeurs de services de radio analogique, sept mises en demeure pour absence d'émission et deux mises en demeure pour non-communication de documents permettant au Conseil d'exercer son contrôle (absence de fourniture des enregistrements, des rapports d'activité ou des documents financiers).

## La radio numérique terrestre

### Ressources

Au terme de ses premiers travaux de planification de fréquences pour la radio numé-

rique terrestre (RNT), le Conseil a constaté qu'au moins quatre multiplex étaient disponibles en bande III dans presque toute la France métropolitaine. Dans la suite de son rapport sur le sujet, publié le 21 janvier 2015 (voir ci-dessous), le Conseil poursuit ses travaux de densification afin de dégager des ressources supplémentaires localement ainsi que deux multiplex pour des services nationaux.

À l'instar de la FM, pour éviter des brouillages entre stations de pays différents, des règles de partage de fréquences aux frontières ont été définies et consignées dans les accords de Genève de 2006. Dans le cadre de sa mission de gestion du spectre, le Conseil a poursuivi ses travaux de coordination internationale. Il a reçu, au cours de l'année, 154 demandes de consultation venant des pays étrangers et 106 qui venaient d'opérateurs français.

Par ailleurs, il a donné son accord à la poursuite de quatre expérimentations en DAB+ à Lyon, Nantes et Rambouillet. De plus, il a autorisé la société Vortex à expérimenter la diffusion en radio numérique terrestre du service Skyrock selon la norme DAB-IP.

## Opérateurs diffusés à Paris, Marseille et Nice

Le Conseil a abrogé les autorisations d'exploiter en mode numérique les services Euronews Radio (Paris, Marseille et Nice) et Radio Pays (Paris), ces opérateurs ayant fait part de leur renonciation à l'autorisation qui leur avait été délivrée le 15 janvier 2013.

### Perspectives

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, qu'il a transmis au Parlement et au Gouvernement, puis sur son site internet.

Ce rapport faisait suite à une consultation menée fin 2014, à laquelle 39 acteurs, intervenant sur toute la chaîne de distribution du média radio, ont répondu. Le Conseil a conclu son rapport en annonçant la poursuite du déploiement de la RNT.

En conséquence, le Conseil a lancé, le 10 juin 2015, une consultation publique relative au choix des zones futures de déploiement de la RNT, qui doit conduire au lancement d'appels à candidatures locaux sur le territoire métropolitain. Celle-ci visait notamment à recueillir l'avis des acteurs sur le choix des zones, tant frontalières que non frontalières, et sur l'incidence du développement éventuel de la RNT sous le modèle d'un distributeur de services de radio ayant vocation à assurer une continuité de la couverture du territoire.

Le Conseil a reçu 115 contributions, émanant d'acteurs divers (éditeurs, organisations professionnelles, industriels, etc.) ; ce nombre traduit le fort intérêt de l'ensemble des acteurs du secteur de la radio pour ce nouveau mode diffusion.

La synthèse de cette consultation a été examinée par le Conseil le 22 octobre 2015, et publiée le 10 novembre 2015. Il y constate notamment que les positions de la plupart des acteurs n'ont pas été modifiées depuis la dernière consultation publique portant sur la RNT.

Cette synthèse a servi de base pour l'adoption par le Conseil, le 9 décembre 2015, des conclusions de la consultation publique et la définition du calendrier qu'il envisage de mettre en œuvre pour poursuivre le déploiement de la RNT sur l'ensemble de la France métropolitaine. Ce calendrier prévoit la mise en appel de l'ensemble des allotissements

#### Calendrier envisagé pour des appels à candidatures RNT

| Appel | Date         | Allotissements étendus  |
|-------|--------------|---|
| 1     | 26 mars 2008 | Paris, Marseille, Nice  |
| 2     | T1 2016      | Lille, Lyon, Strasbourg   |
| 3     | T3 2016      | Nantes, Rouen, Toulouse   |
| 4     |              | Bordeaux<br>Paris, Marseille, Nice ( <i>1<sup>er</sup> appel</i> )        |
| 5     | 2017         | Besançon, Orléans, Clermont-Ferrand<br>(fin de la 1 <sup>ère</sup> phase) |
| 6     |              | Montpellier,<br>Paris, Marseille, Nice ( <i>2<sup>e</sup> appel</i> )     |
| 7     | 2018         | Rennes, Annecy, Toulon  |
| 8     |              | Reims, Metz, Amiens   |
| 9     | 2019         | Dijon, Caen, Pau  |
| 10    |              | Nancy, Brest, Saint-Étienne   |
| 11    | 2020         | La Rochelle, Grenoble, Bayonne  |
| 12    |              | Poitiers, Valence, Le Mans  |
| 13    | 2021         | Avignon, Nîmes, Angers  |
| 14    |              | Nevers, Tours, Limoges  |
| 15    | 2022         | Bourges, Perpignan, Périgueux   |
| 16    |              | Mont-de-Marsan, Cherbourg-Octeville, Bastia                               |
| 17    | 2023         | Laval, Guéret   |

étendus de France métropolitaine, au-delà de ceux de Paris, Marseille et Nice, et de plus d'une centaine d'allotissements locaux. Toutefois, avant le lancement de ces appels, il sera nécessaire de procéder à des analyses et, le cas échéant, de réaliser des études d'impact économique.

## Les radios diffusées par d'autres réseaux

Au 31 décembre 2015, le nombre de services de radio titulaires d'une convention ou bénéficiant du régime déclaratif pour une diffusion sur les autres réseaux était de 208 :

- 11 services disposent d'une convention,
- 197 services ont fait l'objet d'une simple déclaration.

## Les nouveaux services

### L'audiovisuel à l'ère du numérique

La transformation du secteur audiovisuel par le numérique est engagée et manifeste. Les contenus dématérialisés prennent ainsi une place croissante dans l'économie du secteur culturel. 40 % des revenus du secteur de la culture<sup>1</sup> seraient issus de produits et services dématérialisés, contre seulement 17 % en 2010 ; ils pourraient atteindre plus de 60 % en 2018<sup>2</sup>. Les usages évoluent également avec la progression de la consommation des services non linéaires, et notamment des offres de télévision de rattrapage (TVR), amplifiée par la pénétration croissante des terminaux connectés.

En février 2015, le Conseil a réalisé une étude<sup>3</sup> du marché français de la TVR - et en particulier de son modèle économique – visant à déterminer ses tendances clés et à identifier les opportunités décisives et les risques majeurs à moyen terme. Bien que l'ordinateur demeure encore le principal écran de consommation de télévision en ligne, son poids a progressivement décliné au profit du téléviseur et des supports nomades. Tirée par la croissance vigoureuse de la TVR, la consommation de télévision en ligne connaît une forte hausse, mais les éditeurs s'accordent à dire que les services de rattrapage jouent majoritairement un rôle de complément des chaînes linéaires et non de substitut. En effet, les services de télévision linéaire demeurent résistants avec une durée d'écoute individuelle moyenne de plus de 3 heures par jour<sup>4</sup>.

L'offre publicitaire connaît également des transformations dans l'environnement numérique. Elle se crée, s'adapte et se développe parallèlement aux innovations technologiques, à la croissance de la pénétration des équipements et au développement de nouveaux usages. La « publicité digitale » a connu une très forte croissance, atteignant un chiffre d'affaires total de 2,5 milliards d'euros en 2014<sup>5</sup>, soit un quart des recettes publicitaires plurimédias. Le segment de la publicité vidéo en particulier a connu un essor au cours des dernières années, porté par le succès de consommation rencontré par les sites de partage de vidéos et les plateformes de TVR.

Ce mouvement s'accompagne de nouvelles modalités de commercialisation d'espaces publicitaires (places de marché, enchères en

1) Étude IDATE : Content Economics, septembre 2014, concerne quatre secteurs : livre, musique, vidéo et jeu vidéo.

2) IDATE, Content Economics, septembre 2014.

3) *La télévision de rattrapage : une pratique installée, une économie en devenir*.

4) Sources Médiamétrie - Médiamat.

5) Source IREP-SRI.

temps réel, etc.), qui mobilisent de nombreux intermédiaires commerciaux et techniques dans la chaîne de valeur, créant une nouvelle forme d'opacité pour la filière. En réponse, à l'issue d'une consultation des professionnels du secteur, les pouvoirs publics ont réaffirmé spécifiquement pour la publicité digitale les principes de transparence posés par la loi Sapin<sup>1</sup>. Dans sa réponse à la consultation du Conseil national du numérique, le Conseil a également estimé nécessaire de garantir une pleine transparence de l'ensemble des dispositifs publicitaires vidéonumériques.

Les conséquences de la transformation numérique sur l'économie sont considérables et conduisent à l'émergence de nouveaux acteurs et de nouveaux services qui modifient les équilibres et la chaîne de valeur de l'industrie audiovisuelle. Ce phénomène peut être source d'innovation, de productivité, de croissance et d'emplois au bénéfice de la France et plus globalement de l'Europe, mais également de profonds déséquilibres entre acteurs qu'il convient de mesurer et de prévenir. Les pouvoirs publics doivent s'y préparer et les accompagner afin d'œuvrer, dans un cadre de concurrence équitable, pour l'émergence de modèles respectant les libertés fondamentales, soutenant la création française et européenne, et garantissant la diversité culturelle.

Dans cet environnement, on observe en particulier le renforcement d'un type d'acteurs spécifiques, les « intermédiaires numériques ». Ces intermédiaires occupent une place entre l'usager et le contenu et ne se limitent plus aux seuls distributeurs et notamment aux fournisseurs d'accès à internet. Ils recouvrent également désormais des réalités plus variées en comprenant autant les

plateformes numériques de partage, les fabricants de terminaux, les magasins d'applications, les éditeurs de systèmes d'exploitation ou de jeux, les réseaux sociaux ou encore les moteurs de recherche ou de recommandations. Ces intermédiaires, apparus avec le développement de l'économie numérique et qui assurent des formes variées de distribution, sont qualifiés de « plateformes numériques » et devront être définis et encadrés.

Les nouveaux modes de consommation fournissent des données personnelles alimentant des algorithmes qui constituent de nouveaux outils puissants au service des entreprises. Les enjeux du CSA autour des données et du *Big Data*, en particulier, sont certains et multiples. Le plus évident réside dans les menaces qui peuvent peser sur la vie privée et entre dans le champ de compétence du Conseil chargé, par la loi, de veiller au respect du secret des choix des téléspectateurs et des auditeurs<sup>2</sup>. Par ailleurs, la recommandation personnalisée, qui découle de l'analyse des données personnelles, peut favoriser la découverte (« l'exploration ») ou au contraire menacer la diversité culturelle, si elle est excessive, et cantonner l'utilisateur aux seuls contenus correspondant à ses usages et choix habituels (« l'exploitation »), ce qui représente toutefois également une ouverture vers un plus grand nombre de contenus. Enfin, le CSA souhaite pouvoir réduire l'opacité qui entoure le fonctionnement des mécanismes de recommandation et s'assurer du caractère objectif et loyal des traitements qui sont effectués.

Dans sa réponse à la consultation du Conseil national du numérique de fin 2014, le CSA a contribué activement à la réflexion de l'ERGA sur le champ d'application de la

1) Loi n° 2015-990 du 6 août 2015 pour la croissance, l'activité et l'égalité des chances économiques.

2) Article 3 de la loi du 30 septembre 1986 : « Le secret des choix faits par les personnes parmi les services de communications électroniques et parmi les programmes offerts par ceux-ci ne peut être levé sans leur accord ».

directive SMA<sup>1</sup> visant à prendre en compte l'émergence des nouveaux acteurs du numérique. Il a également saisi l'opportunité de la consultation publique de l'ARCEP sur sa revue stratégique pour faire part des enjeux auxquels le secteur de l'audiovisuel devra faire face dans le contexte actuel de développement du numérique, et a proposé la création d'un forum des institutions qui serait l'occasion d'échanger sur les études menées de part et d'autre, et de travailler conjointement sur des problématiques communes.

## Les services de médias audiovisuels à la demande (SMAD)

Fin 2015, les services du Conseil ont recensé presque 170 services de médias audiovisuels à la demande (contre 124 en 2014), dont environ 45 % étaient des services de télévision de rattrapage (TVR), 10 % des services de vidéo à la demande avec abonnement (VàDA) et 45 % des services de vidéo à la demande à l'acte (VàD à l'acte). Ces services sont édités par différents types d'acteurs : distributeurs de biens physiques culturels, éditeurs indépendants, chaînes et groupes audiovisuels, etc. On note chez ces derniers une tendance au regroupement et au développement de leurs services délinéarisés dans un portail unique, comme en témoigne en 2015 le regroupement de tous les SMAD du groupe au sein de l'offre MyTF1, à l'instar notamment de Pluzz (de France Télévisions), et de 6play (de Métropole Télévision).

En matière de commercialisation des contenus, de nouvelles pratiques ont continué de se développer, tels que le « e-cinéma » (qui consiste à commercialiser en VàD à l'acte des œuvres inédites non sorties en salles en

France) et le téléchargement définitif qui est de plus en plus proposé en complément de la location sur des services de VàD à l'acte.

### Mise en œuvre du régime déclaratif

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 obligation de déclaration préalable auprès du Conseil des SMAD, dont l'objectif est de faciliter l'identification des services, de façon à mieux assurer leur régulation.

Depuis mai 2015, les éditeurs peuvent accomplir cette démarche en ligne grâce à un formulaire disponible sur le site internet du Conseil, ce qui permet de simplifier les échanges. Les déclarations reçues sont étudiées afin de vérifier leur recevabilité ; le résultat de cet examen est ensuite communiqué aux éditeurs.

Entre mai et décembre 2015, six nouveaux services ont effectué une déclaration en ligne.

### Le bilan de l'application du décret SMAD et de l'activité des services en 2013

Le Conseil a publié le 11 mars 2015 un bilan de l'activité des SMAD et du respect des obligations du décret du 12 novembre 2010 pour l'année 2013. Par rapport à l'année précédente, il a relevé une progression du nombre de sociétés éditrices ayant fourni une déclaration annuelle (49, soit une augmentation de 14 %) et du nombre de services qu'elles éditent (124 SMAD, soit 28 % de plus).

1) Directive 2010/13/UE du Parlement européen et du Conseil du 10 mars 2010 visant à la coordination de certaines dispositions législatives, réglementaires et administratives des États membres relatives à la fourniture de services de médias audiovisuels (directive Services de médias audiovisuels).

Les revenus produits par ces services ont progressé mais demeurent modestes.

L'examen des déclarations des éditeurs pour 2013 montre que 81 % des services étudiés (89 % des services de télévision de rattrapage, 77 % des services de vidéo à la demande à l'acte et 60 % des services par abonnement) ont mis en œuvre la totalité ou la majeure partie de leurs obligations d'exposition des œuvres européennes et des œuvres d'expression originale française, ce qui constitue une nouvelle amélioration du résultat global pour l'année 2012. Le respect des quotas d'exposition en catalogue semble avoir été facilité par les précisions apportées par le Conseil dans le précédent bilan concernant l'application du décret.

Sur quatre services soumis à des obligations de contribution au développement de la production audiovisuelle et cinématographique, deux se sont acquittés en totalité de ces obligations, et les deux autres partiellement.

À l'issue de l'examen des déclarations, le Conseil a adressé un courrier à six éditeurs qui avaient réitéré des manquements déjà constatés sur leurs services pour l'exercice 2012.

### **Les réflexions sur le cadre réglementaire**

Dans la continuité de ses réflexions au sein de l'ERGA (voir page 120), le Conseil a appelé, dans sa réponse à la consultation publique de la Commission européenne sur la directive SMA, à une clarification de certains critères de définition des services de médias audiovisuels qui permettrait de préciser le périmètre des SMAD.

Il a notamment fait part de son souhait

d'obtenir un éclairage sur le critère de la fourniture de programmes comme objet principal du service, en particulier sur l'articulation entre une approche qualitative et une approche quantitative de cette notion. En effet, un service peut proposer majoritairement des contenus audiovisuels de type « programmes », mais avoir une finalité publicitaire.

Concernant le critère de définition des SMAD comme devant être de « type télévisuel », le Conseil a souligné que l'application des notions d'identité des publics (même public-cible entre les services linéaires et les SMAD) et d'interprétation dynamique de la notion de « programme », qui doit tenir compte des innovations en matière de création de contenus audiovisuels, pouvait s'avérer contradictoire dans la mesure où les programmes de télévision s'inspiraient de plus en plus souvent de formats originaux apparus sur internet.

Le Conseil a pris acte des précisions apportées par la Cour de justice de l'Union européenne sur l'interprétation de ces deux critères dans son arrêt du 21 octobre 2015 relatif à la qualification d'une section vidéo sur le site internet autrichien New media online.

### **Lancement d'une étude de l'impact économique du décret n° 2010-1379 du 12 novembre 2010 relatif aux SMAD**

Le Conseil a confié à l'IDATE la réalisation d'une étude de l'impact économique du décret SMAD qui poursuit deux objectifs. Elle vise, en premier lieu, à lui apporter une connaissance approfondie et détaillée de la consommation d'œuvres sur les SMAD (et plus particulièrement sur les services de

VàD à l'acte et par abonnement) et des facteurs qui la déterminent, ainsi que des différentes pratiques d'acquisition de droits. Il s'agit, en second lieu, d'évaluer l'efficacité globale du décret SMAD, au regard notamment de la consommation, des rémunérations des ayants droit et du développement des services légaux actifs en France, qu'ils soient établis en France, dans d'autres États membres de l'Union européenne ou hors Union européenne.

## Les distributeurs

### Les offres déclarées au Conseil

À la fin 2015, le Conseil avait enregistré 82 déclarations d'offres de services de radio, de télévision ou de médias audiovisuels à la demande proposées au public, dont 61 en métropole et 21 outre-mer.

Parmi les nouvelles offres déclarées en 2015, permettant à la fois l'accès à une offre télévisuelle linéaire et à des SMAD, figurent des offres distribuées sur des réseaux non gérés (en *over-the-top*, ou OTT), dont l'une est accessible directement sans l'intermédiaire d'un terminal spécifique (de type boîtier ou clé). Il s'agit de l'offre Molotov, composée de chaînes de télévision et de services de télévision de rattrapage, notamment destinée à une distribution sur un site internet et sur une application pour téléphone mobile et tablette.

Le Conseil a également reçu plusieurs déclarations d'offres distribuées par fibre optique et proposées par des opérateurs historiques ou alternatifs, dont certaines sont commercialisées sur des réseaux d'initiative publique (RIP).

Enfin, pour la première fois, une offre contenant uniquement des SMAD lui a été adressée ; il s'agit de l'offre Canalplay Infinity, composée du service de VâDA Canalplay et de quatre autres SMAD.

### Situation et perspectives du secteur

En 2015, le secteur de la distribution de services audiovisuels a été marqué par la création d'un nouvel ensemble après le rachat, autorisé le 30 octobre 2014 par l'Autorité de la concurrence, de SFR par le groupe Altice (Numericable).

Par ailleurs, l'année 2015 a vu le lancement de terminaux, les boîtiers mini 4K de Free et Miami de Bouygues, ayant pour particularité de donner accès sur une même interface à un grand nombre d'applications et de services non gérés (notamment des sites de partage de vidéos) parallèlement aux services audiovisuels linéaires et non linéaires gérés par l'opérateur.

En outre, l'univers de l'édition de la télévision payante se trouve confronté à plusieurs défis, parmi lesquels la fermeture de plusieurs chaînes de niche au sein de groupes audiovisuels et une situation financière globale marquée par une stagnation, voire une décroissance, alors même que le marché publicitaire est en baisse et que des incertitudes pèsent sur le niveau des rémunérations versées par les distributeurs dans une période de tendance à la concentration du secteur.

Dans ce contexte, et afin de mieux comprendre les évolutions du secteur, leur impact et les perspectives envisagées par les acteurs, le Conseil a souhaité engager une réflexion sur la situation de l'offre payante

et de sa distribution. Un cycle d'auditions d'éditeurs et de distributeurs de chaînes payantes, réalisé par un groupe de travail mixte « Services audiovisuels numériques, distribution, accessibilité et prospective » et « Télévisions payantes », s'est déroulé de juin à novembre 2015.

## **LA RÉGULATION DES MARCHÉS**

### **Avis à l'Autorité de la concurrence et à l'ARCEP**

74

#### **Avis à l'Autorité de la concurrence**

En 2015, l'Autorité de la concurrence a saisi le CSA pour avis, sur le fondement de l'article R. 463-9 du code de commerce, de quatre saisines relatives à des pratiques anticoncurrentielles. Dans la mesure où trois de ces saisines 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° 2015-05 du 1<sup>er</sup> avril 2015 à l'Autorité de la concurrence sur la saisine par le groupe NextRadioTV de l'Autorité de la concurrence relative à des pratiques mises en œuvre par le groupe TF1 et TF1 Publicité**

Le 2 juillet 2014, la société NextRadioTV a saisi l'Autorité de la concurrence de pratiques mises en œuvre par le groupe TF1 sur le marché de la publicité télévisuelle au regard des articles 101 et 102 du TFUE et

L.420-1 et L.420-2 du code de commerce. Le 8 janvier 2015, l'Autorité de la concurrence a communiqué la saisine au Conseil, en application des dispositions de l'article R. 463-9 du code de commerce, et lui a demandé de transmettre ses observations.

Les observations du Conseil, transmises à l'Autorité le 1<sup>er</sup> avril 2015, portent successivement sur les marchés concernés par la saisine, le pouvoir de marché du groupe TF1, et les pratiques qui lui sont reprochées par le groupe NextRadioTV.

#### **Avis n° 2015-07 du 6 mai 2015 à l'Autorité de la concurrence sur la saisine par le groupe Métropole Télévision de l'Autorité de la concurrence relative à des pratiques mises en œuvre par le groupe TF1 et TF1 Publicité**

Le 8 avril 2014, la société Métropole Télévision a saisi l'Autorité de la concurrence de pratiques mises en œuvre par le groupe TF1 sur le marché de la publicité télévisée.

Le 8 janvier 2015, l'Autorité de la concurrence a demandé au Conseil de lui transmettre ses observations. Celles-ci ont porté sur le pouvoir de marché de TF1 et la caractérisation des pratiques dénoncées par le groupe Métropole Télévision.

#### **Avis n° 2015-11 du 24 juin 2015 à l'Autorité de la concurrence sur la saisine par les sociétés Groupe Canal Plus, D8 et D17 de l'Autorité de la concurrence relative à des pratiques mises en œuvre par les groupes TF1, Métropole Télévision et France Télévisions**

Le 6 décembre 2013, les sociétés Groupe Canal Plus, D8 et D17 ont saisi l'Autorité de la concurrence de pratiques mises en œuvre par les groupes TF1, Métropole Télévision

et France Télévisions sur le marché de l'acquisition de films de catalogue d'expression originale française.

Le 20 février 2015, l'Autorité de la concurrence a communiqué la saisine au Conseil et lui a demandé à adresser ses observations. Celles-ci, transmises le 24 juin 2015, ont porté successivement sur les marchés concernés par la saisine, la position des acteurs et les pratiques qui sont reprochées aux groupes TF1, Métropole Télévision et France Télévisions.

### **Avis n° 2015-21 à l'Autorité de la concurrence sur la demande de mesures conservatoires dans le cadre de la saisine de la société Ma Chaîne Sport SAS relative à des pratiques mises en œuvre par le groupe Canal Plus, la Ligue nationale de rugby et Eurosport**

Le 8 juillet 2015, la société Ma Chaîne Sports SAS 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 Groupe Canal Plus SA, la Ligue nationale de rugby (LNR) et Eurosport SAS à l'occasion de la commercialisation par la LNR des droits audiovisuels du championnat de France de rugby de Pro D2 pour les saisons 2015/2016 à 2019/2020.

Le Conseil a transmis ses observations à l'Autorité de la concurrence le 25 novembre 2015. Ces observations portaient en premier lieu sur l'analyse concurrentielle des pratiques et l'existence potentielle d'un problème au fond et, en second lieu, sur la demande de mesures conservatoires et l'existence d'une condition d'urgence.

### **Avis à l'ARCEP**

Le 12 juin 2015, l'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes (ARCEP) a saisi le Conseil dans le cadre de la procédure d'analyse des marchés de gros amont des services de diffusion hertzienne terrestre de programmes audiovisuels.

Le Conseil a transmis ses observations le 16 septembre 2015. Il a notamment estimé qu'il était nécessaire de soumettre la société TDF à une régulation *ex ante* jusqu'en 2018, les trois critères définis par la Commission européenne étant réunis.

En effet, en ce qui concerne les barrières à l'entrée, le Conseil a confirmé l'analyse de l'ARCEP sur l'existence de contraintes économiques et naturelles à la reproduction des sites de TDF, de contraintes liées à l'urbanisme, à la protection de l'environnement et à l'octroi d'autorisations domaniales et de contraintes de localisation des sites alternatifs, notamment par rapport aux sites de TDF.

Le Conseil a ensuite relevé que les parts de marché de la société TDF demeurent significatives sur le marché de gros aval et que les opérateurs alternatifs ne disposent que d'une part de marché en nombre de points de services diffusés à partir de sites en propre de 17,9 % ; ceci ne leur permet pas d'assurer une concurrence par les infrastructures de manière pérenne à l'horizon 2018.

Enfin, le Conseil a estimé que la société TDF devait continuer à être soumise à un ensemble d'obligations de nature à garantir le développement de la concurrence.

S'agissant des conditions de sortie anticipée des contrats d'hébergement de TDF, le Conseil a partagé la position de l'ARCEP sur

la nécessité d'un assouplissement des conditions contractuelles de TDF, afin d'encourager le développement de la concurrence totale par les infrastructures.

S'agissant de l'obligation d'hébergement antennaire, le Conseil a estimé que si la volonté de favoriser le développement de la concurrence totale par les infrastructures justifiait l'abandon de l'obligation de l'offre d'hébergement antennaire, les conditions de maintien des prestations d'hébergement antennaire déjà offertes et de sécurisation des investissements d'ores et déjà réalisés par les opérateurs alternatifs devraient être précisées, notamment concernant les obligations tarifaires s'imposant à TDF dans le cadre de ces prestations. Le Conseil a proposé en outre que ces conditions s'appliquent également aux nouveaux contrats relatifs aux prestations d'hébergement antennaires déjà offertes à un opérateur de diffusion et qui seraient signés au cours du quatrième cycle de régulation. Cette possibilité permettrait aux opérateurs alternatifs de disposer d'une période transitoire qui leur laisserait la possibilité économique de déployer progressivement leurs infrastructures en propre, dans le contexte spécifique de contraction de la demande que constitue le repli sur six multiplex.

S'agissant de l'obligation tarifaire de non-éviction sur les sites dits « répliables », et compte tenu du fait qu'une période d'observation suffisamment longue s'avère nécessaire pour mesurer les volontés réelles d'investissement dans les infrastructures, le

Conseil a estimé qu'il était justifié et proportionné de maintenir cette obligation au cours du cycle 2015-2018. Le maintien temporaire de cette obligation, éventuellement selon de nouvelles modalités, constituerait un levier d'incitation à une pleine concurrence par les infrastructures.

## Règlement de différends

En 2015, le CSA a rendu huit décisions relatives à des demandes de règlement de différends dont il avait été saisi sur le fondement de l'article 17-1 de la loi du 30 septembre 1986.

Le CSA a pris acte du désistement des demandeurs dans deux affaires<sup>1</sup>. Il a, par ailleurs, constaté l'irrecevabilité de deux autres demandes<sup>2</sup>. Enfin, il a statué au fond sur les autres affaires.

Parmi les quatre règlements de différend qui ont fait l'objet d'une décision au fond, le CSA a rejeté les prétentions des demandeurs dans une affaire, dans laquelle les sociétés du groupe AB demandaient notamment au CSA d'enjoindre à la société Groupe Canal Plus de formuler une offre de distribution de la chaîne « Trek » au sein de l'offre CanalSat à partir du 1<sup>er</sup> juillet 2015<sup>3</sup>.

Dans deux autres cas, il a accueilli les prétentions du demandeur et formulé une injonction à l'encontre du défendeur :

- dans l'affaire Société CBFM<sup>4</sup>, le Conseil a notamment enjoint à la société GR1 d'octroyer à la société CBFM un débit équivalent

1) Décision n° 2015-243 du 3 juin 2015 donnant acte du désistement de la société AZUR TV de sa demande de règlement d'un différend avec la société Bouygues Telecom ; décision n° 2015-347 du 16 septembre 2015 donnant acte du désistement de la société NC Numericable de sa demande de règlement d'un différend avec les sociétés Eurosport France et Eurosport.

2) Décision n° 2015-131 du 1<sup>er</sup> avril 2015 relative au règlement d'un différend opposant la société Ultra Marine Communication à la société ETV Global ; décision n° 2015-373 du 22 octobre 2015 relative au règlement d'un différend opposant la société Les Chaines TV Interactives à la société Fransat.

3) Décision n° 2015-244 du 10 juin 2015 relative à deux différends opposant les sociétés Groupe AB, AB Sat et AB Thématiques à la société Groupe Canal Plus.

4) Décision n° 2015-70 du 25 février 2015 relative à un différend opposant la société CBFM et la Société de gestion du réseau R 1.

à 160 millièmes de la ressource prévue pour la diffusion du service « BFM Business Paris ». - dans l'affaire Azur TV<sup>1</sup>, le Conseil a notamment enjoint à la société Free d'assurer, dans la zone correspondant aux limites géographiques de la ville de Nice, la diffusion du service « Azur TV ».

Enfin, il a constaté un non-lieu à statuer sur le dernier cas, qui portait sur les conditions de la mise à disposition des services de télévision à vocation locale sur le réseau R1<sup>2</sup>.

À cette occasion, le CSA a notamment été amené à préciser que « le caractère objectif, équitable, et non discriminatoire des conditions financières d'utilisation de la ressource radioélectrique doit se fonder sur l'utilité de chacune des prestations que l'opérateur de multiplex refacture pour chacun des éditeurs du multiplex ».

## LE FINANCEMENT ET LA PROMOTION DE LA CRÉATION

### La diffusion et la production d'œuvres audiovisuelles et cinématographiques

Le dispositif de soutien à la création audiovisuelle et cinématographique repose en France sur le choix de cumuler les obligations de diffusion et de production, les premières garantissant l'exposition des œuvres européennes ou d'expression originale française tandis que les secondes assurent le renouvellement de la création.

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. Le Conseil est également saisi pour avis des projets de décrets prévus aux articles 27 et 33 de la loi du 30 septembre 1986.

### La diffusion des œuvres audiovisuelles et cinématographiques

(77)

En 2015, le Conseil a effectué le bilan du respect par les éditeurs de services de télévision nationale privée gratuite de leurs obligations de diffusion d'œuvres cinématographiques et audiovisuelles au titre de leur exercice 2014.

Les chaînes nationales privées gratuites ont globalement respecté leurs obligations de diffusion d'œuvres, à l'exception de plusieurs manquements. Ainsi :

- le 24 juin 2015, le Conseil a prononcé trois mises en demeure. Deux d'entre elles, à destination du même éditeur, portaient, pour la première, sur le respect des stipulations de sa convention relatives à l'origine de la programmation cinématographique étrangère et, pour la seconde, sur le respect des obligations en matière de diffusion d'œuvres cinématographiques européennes et d'expression ori-

1) Décision n° 2015-291 du 28 juillet 2015 relative à un différend opposant la société Azur TV aux sociétés Iliad et Free.

2) Décision n° 2015-551 du 16 décembre 2015 relative à un différend opposant la société Pyrénéenne de télévision à la société Télévisions locales associées et à la société de gestion du réseau R1.

ginale française. Le Conseil a également mis en demeure un éditeur de respecter ses obligations en matière de diffusion d'œuvres audiovisuelles européennes et d'expression originale française ;

- il a en outre fermement invité l'un de ces éditeurs à veiller au respect du quantum annuel de diffusion d'œuvres cinématographiques ;
- le Conseil a également constaté le non-respect par deux autres éditeurs des obligations en matière de diffusion d'œuvres cinématographiques, ce qui a donné lieu à l'envoi de courriers ;
- à l'occasion de l'examen de ces bilans, le Conseil a mis en demeure un éditeur de respecter son engagement de diffusion de programmes en haute définition et a également constaté le non-respect par quatre éditeurs de la part d'un ou plusieurs genre(s) de programmes sur leur antenne (la musique, les magazines/documentaires, les documentaires ou les retransmissions sportives).

78

## La contribution au financement de la production audiovisuelle

En 2015, le Conseil a établi le bilan des investissements dans la production d'œuvres

audiovisuelles et cinématographiques réalisés en 2014 par les éditeurs de services diffusés par voie hertzienne analogique et numérique, des éditeurs de services distribués par câble ou diffusés par satellite. Ce bilan est réalisé sur la base des déclarations des éditeurs.

Au titre de l'exercice 2014, 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 1 247 M€, dont 825 M€ de dépenses répondant aux obligations de production audiovisuelle<sup>1</sup> et près de 422 M€ de dépenses répondant aux obligations de production cinématographique<sup>2</sup>.

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 2014. À ce titre, les éditeurs assujettis<sup>3</sup> ont déclaré un montant global de dépenses de près de 22 M€.

## La production audiovisuelle

Au titre de l'exercice 2014, 88 services nationaux étaient assujettis à une telle obligation, ce qui correspond en principe à l'établissement de 46 bilans de contributions à la production audiovisuelle<sup>4</sup>.

1) Sont assujettis à une obligation de contribution au développement de la production audiovisuelle les éditeurs qui consacrent annuellement plus de 20 % de leur temps de diffusion à des œuvres audiovisuelles, et quelque soit le temps de diffusion de ces œuvres, les éditeurs de services de télévision hertziens dont le chiffre d'affaires est supérieur à 350 M€.

2) 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).

3) Éditeurs dont le chiffre d'affaires annuel net est supérieur à 10 M€ et qui proposent annuellement au moins 10 œuvres cinématographiques de longue durée ou 10 œuvres audiovisuelles autres que celles mentionnées au cinquième alinéa de l'article 1609 sexdecies B du Code général des impôts.

4) La contribution de l'éditeur de service peut porter globalement sur le service de télévision et les autres services de télévision ou de médias audiovisuels à la demande qu'il édite ou qui sont édités par ses filiales ou les filiales de la société qui le contrôle. Ainsi, en 2014, 8 groupes ont mis en commun leurs engagements :

- France Télévisions (France 2, France 3, France 4, France 5, France Ô, France 3 Corse Via Stella) ;
- NRJ (NRJ 12, Chérie 25) ;
- TF1 (TF1, HD1, NT1, TMC, Histoire, Stylia, TV Breizh, Ushuaïa TV) ;
- Disney (Disney Channel, Disney Junior, Disney XD) ;
- Canal+ (Canal+, Comédie+, Jimmy, Maison +, Piwi, Planète, Planète CI, Planète A&E, Planète Thalassa, Seasons et Télétoon) ;
- Lagardère (Canal J, Gulli, June, La chaîne du Père Noël, MCM, MCM Top, Mezzo, RFM TV et Tiji) ;
- AB (AB 1, AB Moteurs, Animaux, Chasse et Pêche, Encyclo, Escales, Mangas et Toute l'Histoire) ;
- le groupement de services OCS.

Cependant, cinq éditeurs de services non hertziens n'ont pas communiqué de déclaration de leurs investissements, dont un pour des raisons de cessation de diffusion. Pour les autres, des courriers de relance ont été envoyés.

Le Conseil a relevé des manquements concernant quatre services non hertziens. Des courriers ont été adressés à ces éditeurs.

Par décisions du 28 juillet 2015, deux éditeurs de service de télévision ont été mis en demeure de respecter leurs obligations de contribution au développement de la production indépendante d'œuvres audiovisuelles prévues par les dispositions de l'article 15 du décret du 27 avril 2010 relatif à la contribution cinématographique et audiovisuelle des éditeurs de services distribués par les réseaux n'utilisant pas des fréquences assignées par le Conseil.

### La production cinématographique

Vingt-trois 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).

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

### Les demandes de qualification

Le Conseil a été saisi par certains producteurs, distributeurs ou ayants droit sur la qualification d'expression originale française ou européenne d'œuvres cinématographiques ou audiovisuelles. 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 de quatre demandes de qualification européenne ou d'expression originale française préalablement à la diffusion des œuvres sur un service de télévision : trois portaient sur la qualification d'œuvre audiovisuelle européenne et d'expression originale française, une sur la seule qualification d'œuvre audiovisuelle d'expression originale française.

### La qualification des œuvres cinématographiques

65 demandes de qualification européenne et/ou d'expression originale française de films de long métrage ont été examinées en 2015 :

- 21 demandes portaient conjointement sur la qualification européenne et la qualification d'œuvre d'expression originale française ;
- 14 demandes portaient sur la seule qualification d'œuvre d'expression originale française ;
- 30 demandes portaient sur la seule qualification d'œuvre cinématographique européenne.

À la suite du recours gracieux du producteur, et au regard des éléments complémentaires qu'il a fournis, la qualification d'œuvre cinématographique européenne a été accordée au film *Brick Mansions* de Camille Delamarre, sorti en 2013.

### La mission de conciliation entre éditeurs de services et producteurs audiovisuel

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* ».

En 2015, le Conseil a été saisi de deux demandes de conciliation :

- une demande provenait d'une société de production, faisant état de relations commerciales dégradées avec un éditeur de services ;
- une demande provenait d'un éditeur de services, invoquant des difficultés d'approvisionnement sur le marché des droits de diffusion d'œuvres audiovisuelles.

## Les études et publications relatives au secteur de la production audiovisuelle et cinématographique

En 2015, le Conseil a rendu publics plusieurs études et documents.

Pour l'exercice 2014, le Conseil a publié les documents *Production : obligations quantitatives* ainsi que *Les Chiffres clés de la production audiovisuelle* et *Les Chiffres clés de la production cinématographique*.

En outre, deux études ont été publiées en novembre 2015.

La première, *Utilisation du « couloir dépendant » dans la contribution au développement de la production audiovisuelle – pratique des diffuseurs en 2013*, dresse un état des lieux de la pratique des groupes audiovisuels en analysant particulièrement la part et la nature des

dépenses non retenues au titre de la « production indépendante », pour la production d'œuvres audiovisuelles patrimoniales.

En 2013, hormis quatre éditeurs de services non hertziens, les obligations relatives à la production indépendante ont été globalement respectées, mais de nombreux éditeurs font régulièrement part au Conseil de leur souhait d'assouplissement de la réglementation pour davantage maîtriser l'exploitation des œuvres qu'ils préfinancent de manière substantielle, constituer des catalogues d'œuvres identitaires pour leur groupe et envisager des stratégies d'intégration verticale.

Les données de l'année 2013 permettent tout d'abord de constater que les groupes historiques privés utilisent pleinement leur faculté de valoriser des dépenses d'acquisition pour des œuvres patrimoniales ne relevant pas de la production indépendante.

Le premier critère de dépendance porte sur le recours à des sociétés de production liées à l'éditeur (64 % des dépenses de préfinancement « non-indépendantes »).

Près de 80 % des dépenses de préfinancement d'œuvres patrimoniales n'ont pas été retenues au titre de la production indépendante en raison d'un unique critère. Les dépenses du « couloir dépendant » ne donnent lieu à quasiment aucun cumul des critères liés au lien capitalistique avec l'entreprise de production et à l'investissement en part de producteur.

La seconde étude, *La Diversité des producteurs sollicités par les services historiques de télévision (2010-2013)*, étudie les producteurs auxquels France Télévisions et les groupes historiques privés ont commandé des œuvres déclarées au titre de leurs obligations.

Hormis pour le groupe Canal+, le nombre de producteurs sollicités par les groupes historiques de télévision pour des commandes déclarées au titre de leurs obligations de contribution au développement de la production audiovisuelle a augmenté entre 2010 et 2013. Cette augmentation est supérieure à celle des commandes déclarées sur la période pour France Télévisions, le groupe TF1 et le groupe M6. En revanche, Canal+ a fait appel à moins de producteurs en 2013 qu'en 2010 pour un volume de commande supérieur.

Si les diffuseurs font appel à un assez grand nombre de producteurs différents, la majorité des investissements des éditeurs de services se concentre sur un nombre restreint de producteurs, ceci étant vrai pour les quatre groupes d'éditeurs historiques : selon les groupes et les genres, ce sont de 1,3 % à 31,3 % des producteurs qui reçoivent 50 % des apports du diffuseur.

Sur la période étudiée, seuls 3 % des producteurs du corpus ont été sollicités par l'ensemble des quatre groupes historiques de services de télévision. Inversement, 68 % d'entre eux n'ont travaillé qu'avec un seul de ces groupes.

Enfin, le Conseil a rendu publique, lors du Festival international des programmes audiovisuels (FIPA) de Biarritz le 22 janvier 2016, une *Étude sur le tissu économique de la production audiovisuelle*.

Soucieux de comprendre les transformations et les nouveaux défis du secteur pour mieux l'accompagner, le Conseil a décidé d'engager en 2015 un état des lieux économique du secteur de la production de programmes télévisés. Cette étude allie des données quantitatives issues de différentes sources chif-

frées et des données qualitatives nées d'un cycle d'auditions et de rencontres menées entre juin et novembre 2015 : au total, 23 acteurs du secteur (entreprises techniques, entreprises de production, entreprises d'édition) ont été entendus.

Le Conseil a ainsi choisi de renverser l'approche traditionnelle et de sortir du prisme purement juridique pour tenter d'appréhender l'économie globale du secteur (production aidée et non aidée, programmes de flux et de stock). Il a cherché à mieux comprendre sa structuration (nombre d'entreprises, taille d'entreprises, statut juridique), à évaluer sa santé économique (chiffre d'affaires, nombre d'emplois, croissance) et ses conditions de développement national et international (environnement concurrentiel). Cette démarche a vocation à être pérennisée et doit conduire à une étude économique annuelle.

Plusieurs constats ressortent de ces travaux :

- le tissu économique du secteur de la production audiovisuelle reste caractérisé par une hétérogénéité et une proportion élevée de petites structures, même si le secteur demeure créateur net d'emplois salariés et tend à se structurer ;
- le chiffre d'affaires s'établit à 2,8 milliards d'euros en 2012 en croissance de 13 % depuis 2009 dans un marché qui devrait pouvoir dégager plus de valeur totale en comparaison avec le marché britannique ;
- l'élargissement de l'offre en TNT et la place croissante prise par les services non linéaires (télévision de rattrapage, vidéo à la demande à l'acte ou à l'abonnement) ont conduit à la fragmentation des audiences et des recettes publicitaires, fragilisant le modèle économique des chaînes de télévision qui restent les principaux financeurs du secteur, tandis que cet élargissement

du nombre de chaînes ne s'est pas ou peu traduit par une augmentation du nombre d'acheteurs ;

- les acteurs du secteur portent des appréciations mitigées sur le cadre législatif et réglementaire dans un contexte de concurrence mondialisée et soulignent la question de la taille des entreprises françaises et de leur développement à l'international ;
- les indicateurs de performance doivent être affinés pour mieux contribuer au rayonnement de l'industrie nationale.

### Avis sur les projets de décret

Le Conseil a adopté, lors de sa réunion plénière du 3 juin 2015, l'avis n° 2015-09 portant sur le projet de décret modifiant le cahier des charges de la société nationale de programme France Télévisions. Le décret n° 2015-916, publié le 24 juillet 2015, a modifié, pour les œuvres d'animation, l'annexe du cahier des charges relative à l'étenue des droits cédés pour tenir compte de la conclusion le 9 février 2015 d'un avenant à l'accord professionnel entre France Télévisions et le syndicat des producteurs de films d'animation (SPFA) du 27 mai 2014.

Le Conseil a adopté, lors de sa réunion plénière du 2 septembre 2015, l'avis n° 2015-13 portant sur projet de décret modifiant les décrets n° 90-66 du 17 janvier 1990, n° 2010-416 du 27 avril 2010 et n° 2010-747 du 2 juillet 2010. Le décret n° 2015-1376 du 28 octobre 2015 a modifié ces trois décrets afin de permettre la mise en œuvre des accords conclus par les organisations professionnelles du cinéma avec Canal+ les 7 et 28 mai 2015, et avec OCS le 17 juillet 2015.

## La diffusion de la musique à la radio

En juillet 2015, le Conseil a publié une étude relative aux programmes traitant de l'actualité musicale sur les radios à dominante musicale.

La diffusion d'œuvres musicales, qui constitue la plus grande partie de leur temps d'antenne, est la seule contribution des radios prise en compte au titre des obligations légales de l'article 28 de la loi du 30 septembre 1986. La programmation musicale des stations fait l'objet d'études détaillées et régulières par des instituts spécialisés, en revanche, les programmes traitant de l'actualité musicale sur leur antenne ont été peu analysés. Il a donc paru utile au Conseil d'en dresser le panorama après avoir auditionné quelques acteurs de référence.

En effet, si les radios analysées dans ce rapport consacrent l'essentiel de leurs programmes à la diffusion d'œuvres musicales, elles offrent également à leurs auditeurs un complément d'informations et d'écoute musicale lors de différents types de programmes.

À travers les interviews d'artistes, les chroniques sur les sorties d'albums, les interprétations en direct et en public dans les studios des radios, les festivals, les concerts, les tournées ou les événements promotionnels auxquels participent les artistes, ces programmes constituent non seulement une source d'informations complémentaires pour les auditeurs, mais aussi un vecteur de promotion de la musique, du spectacle vivant et de l'industrie musicale dans son ensemble.

## Les quotas de chansons d'expression française

Le Conseil vérifie mensuellement le respect des obligations des opérateurs radiophoniques en matière de diffusion de chansons d'expression française<sup>1</sup>. Le contrôle effectué sur les seize stations du « panel fixe » est complété par celui d'un panel additionnel dont la composition évolue régulièrement. Au total, le Conseil a contrôlé 23 stations par le moyen du panel « tournant ».

En 2015, le Conseil a prononcé 22 mises en garde à l'encontre d'opérateurs en infraction dans ce domaine (contre 19 en 2014).

En 2016, le Conseil envisage de dresser un bilan complet de la place des œuvres musicales d'expression française sur les radios au cours de la période comprise entre 2011 et 2015. Ce rapport portera notamment sur les modalités de contrôle des quotas par le Conseil et le respect de leurs obligations par les radios.

1) 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.

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.



# *Mesure de l'impact des décisions d'autorisation délivrées par le CSA au cours de l'année 2015*

L'analyse des effets économiques des décisions d'autorisation prises par le Conseil en 2015, 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.

Ses décisions en matière de diffusion analogique de la radio n'ont pas eu d'impact notable sur les équilibres globaux du secteur. En ce qui concerne la radio numérique terrestre, le processus de déploiement engagé ne produit pas encore d'effet mesurable.

Pour la télévision, le contraste se creuse entre la TNT payante et la TNT gratuite. La pérennité de l'offre payante est fragilisée. L'offre gratuite a poursuivi son enrichissement avec le développement de l'audience des six nouvelles chaînes HD et plusieurs opérations de consolidation du secteur. Il convient toutefois d'observer que l'amplification de la fragmentation de l'audience à laquelle ces chaînes ont contribué a conduit à des modifications sensibles des équilibres du marché publicitaire et à une intensification de la tension sur les prix, dans un contexte de contraction des investissements des annonceurs.

## **DISPOSITION LÉGISLATIVE, MÉTHODOLOGIE REtenUE ET CONTEXTE ÉCONOMIQUE**

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 dans le cadre d'appels à candidatures partiels en 2015, le Conseil, après avoir décrit les dynamiques du secteur en termes d'audience et de marché publicitaire, entend analyser 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.

Pour la 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, ainsi que sur les études d'impact concernant les demandes de passage en gratuit de LCI, Paris Première et Planète+ réalisées en 2014 et 2015.

En une quinzaine d'années, le marché publicitaire a été confronté à deux crises conjoncturelles : au début des années 2000 (bulle internet), puis à partir du second semestre 2008 (crise financière).

En 2014, 10,7 milliards d'euros ont été dépensés en publicité en France par les annonceurs sur les six grands médias, soit moins qu'en 2004. Hors inflation, le niveau de dépenses est le plus bas atteint depuis 15 ans<sup>1</sup>.

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 sur le marché publicitaire.

Pour l'année 2015, dans un contexte de relative amélioration des indicateurs macro-économiques, le marché publicitaire plurimédias devrait être en légère diminution, dans une marge comprise entre

<sup>1)</sup> Remarque méthodologique pour l'ensemble des analyses chiffrées relatives au marché publicitaire : les données, dites brutes, fournies par la société Kantar correspondent aux volumes publicitaires valorisés sur la base des tarifs publiés par les régies publicitaires. Si elles présentent une granularité fine d'analyse, elles ne correspondent pas aux montants réels nets des espaces publicitaires. L'institut France Pub mesure les dépenses nettes des annonceurs, qui comprennent les achats d'espaces publicitaires en net, les commissions et honoraires des agences, ainsi que les frais techniques et de fabrication ; tandis que l'IREP mesure les recettes publicitaires des grands médias, c'est-à-dire après remises, rabais et négociations commerciales, frais de régie publicitaire inclus.

**MESURE DE L'IMPACT ÉCONOMIQUE DES DÉCISIONS D'AUTORISATION  
DÉLIVRÉES AU COURS DE L'ANNÉE 2015**  
DISPOSITION LÉGISLATIVE, MÉTHODOLOGIE RETENUE ET CONTEXTE ÉCONOMIQUE



\* Les données nettes pour l'année 2015 ne sont pas disponibles à la date de rédaction de ce rapport.

Source : IREP

-1 % et -0,9 % selon les dernières estimations de l'institut IREP en date du 1<sup>er</sup> février 2016.

L'année 2016 pourrait marquer une légère reprise, estimée, selon les dernières prévisions du mois de décembre 2015, à +0,2 % (GroupM), +0,3 % (IPG Magna Global) et +0,6 % (ZenithOptimedia).

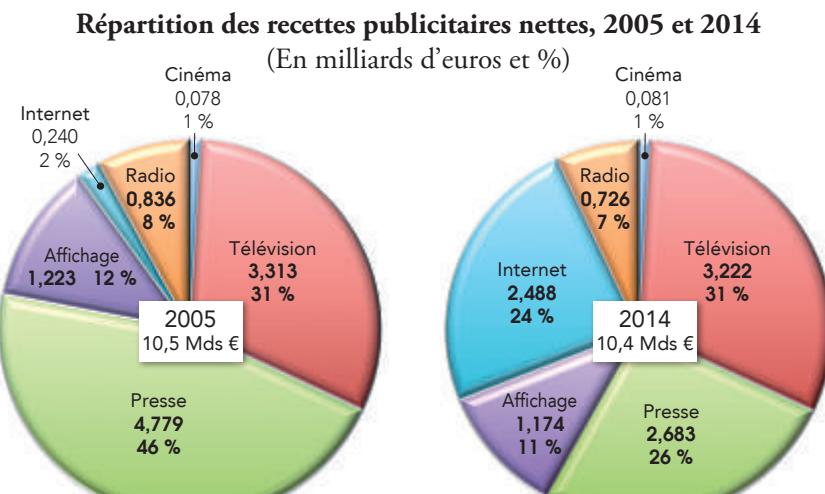
Historiquement, le premier média choisi par les annonceurs, le secteur de la presse, a vu ses recettes publicitaires se réduire de 44 % entre 2005 et 2014. Leur part dans le total des recettes publicitaires plurimédias s'est portée à 26 % en 2014, en recul de 18 points.

Dans le même temps, les recettes publicitaires sur internet se sont considérablement développées. Elles ont atteint 2,5 milliards d'eu-

ros en 2014, en hausse de 5 % par rapport à 2013, pour une part de marché publicitaire nette de 24 %.

Le média télévisuel a également bénéficié de cette nouvelle répartition des investissements publicitaires. Malgré une baisse de ses recettes, le secteur de la télévision représente 31 % des recettes publicitaires totales en 2014, témoignant d'une certaine résistance, et s'impose aujourd'hui comme le premier média investi par les annonceurs.

Enfin, la radio et l'affichage ont limité la baisse de leurs parts de marché publicitaire entre 2005 et 2014, d'un point chacun sur la période, tandis que le cinéma est resté stable.



Source : IREP

## DANS LE SECTEUR DE LA TÉLÉVISION

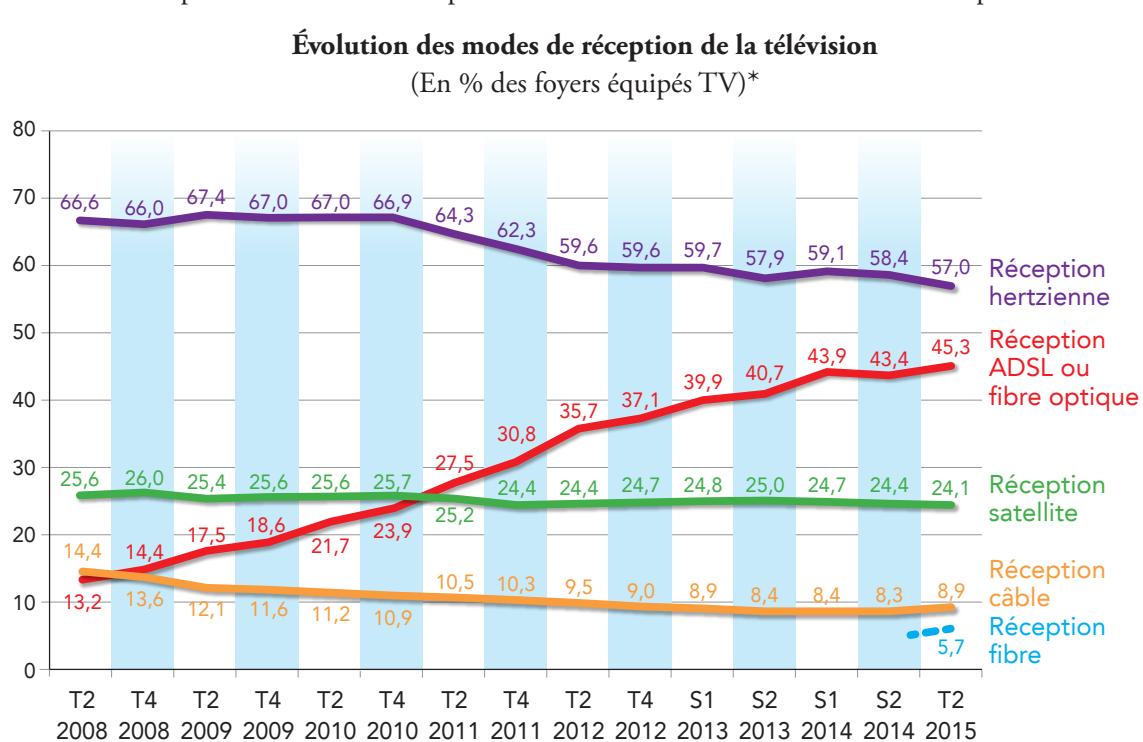
### La réception de la télévision numérique

Les décisions d'autorisation que le Conseil a prises au cours des dernières années s'inscrivent dans un contexte d'évolution marquée des modes de réception de la télévision. Alors que les parts du câble et du satellite ont légèrement baissé, mais sont relativement stables depuis 2012, la part de l'ADSL<sup>1</sup> et de la fibre augmente de manière sensible, atteignant 45,3 % au deuxième trimestre 2015. La réception hertzienne demeure néanmoins le premier mode de réception de

la télévision, avec un taux de pénétration de 57 %, mais connaît une baisse depuis 2010. À l'exception des plateformes ADSL qui ne supportent que des offres payantes, ces modes de réception proposent des offres gratuites (c'est-à-dire sans souscription d'abonnement) et des offres payantes.

Du point de vue de l'équipement, une légère baisse du téléviseur peut être constatée tandis que la part des ordinateurs, tablettes et ordiphones continue de progresser. Au deuxième trimestre 2015, 94,8 % des foyers sont équipés en téléviseurs, 83,2 % en ordinateurs et 40,2 % en tablettes. De plus, 72,4 % des internautes qui disposent d'un téléphone portable possèdent un ordiphone.

Par ailleurs, de plus en plus d'équipements permettent d'avoir accès à de nouveaux contenus sur téléviseur. La place des télé-



\* Les données pour le second semestre 2015 ne sont pas disponibles à la date de rédaction du rapport annuel 2015.

Source : CSA, *Observatoire de l'équipement des foyers pour la réception numérique de 2008 à 2011 et Observatoire de l'équipement audiovisuel des foyers à partir de 2012. Inclut les foyers disposant de plusieurs modes de réception de la télévision.*

1) ADSL : Asymmetric digital subscriber line (« liaison numérique asymétrique »). Moyen technique de communication permettant d'utiliser une ligne téléphonique pour transmettre et recevoir des données numériques de manière indépendante du service téléphonique conventionnel via un filtre ADSL branché à la prise.

viseurs connectés<sup>1</sup> (directement ou indirectement par le biais d'un équipement tiers) continue de progresser (+1,9 point en un an) grâce à la poursuite de l'équipement en boîtier tiers connectable<sup>2</sup> (4,9 % au deuxième trimestre 2015, +2,9 points en un an), et en Smart TV<sup>3</sup> (20,2 % au deuxième trimestre 2015, +5,9 points en un an). En revanche, l'utilisation de la console de jeu connectée n'évolue plus (16,7 % des foyers au deuxième trimestre 2015).

La progression de ces équipements est encouragée par un nombre d'abonnements élevé à des offres d'accès fixe à internet haut débit et très haut débit, qui continue d'augmenter (26,6 millions d'abonnements au troisième trimestre 2015, +3,4 points en un an), et qui permet, sous réserve des conditions techniques, de disposer de services de télévision gérés.

## **Étude sur la télévision numérique hertzienne payante**

### **L'évolution de la TNT payante**

Le nombre de chaînes distribuées sur la TNT payante a progressivement diminué

avec le retrait ou l'abrogation des autorisations d'émettre des chaînes AB1<sup>4</sup>, Canal J<sup>5</sup>, CFoot<sup>6</sup>, TPS Star<sup>7</sup>, TF6<sup>8</sup>. L'abrogation de l'autorisation d'Eurosport<sup>9</sup> en janvier 2015 a réduit à trois chaînes thématiques l'offre à péage désormais accessible sur la TNT<sup>10</sup> (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.

Le Conseil d'État a annulé le 17 juin 2015 la décision du CSA de juillet 2014 refusant la demande de passage en clair des chaînes LCI et Paris Première pour un vice de procédure. Le 13 juillet 2015, le groupe TF1 a à nouveau demandé le passage de la chaîne LCI sur la TNT gratuite comprenant des éléments d'actualisation de sa précédente demande.

Le groupe Métropole Télévision a également réitéré sa demande concernant le passage de la chaîne Paris Première sur la TNT gratuite le 17 juillet 2015. Le 17 décembre 2015, le Conseil a agréé le passage de LCI en gratuit, « *sous réserve de la signature, par l'éditeur du service LCI, d'un avenant à la convention* »<sup>11</sup>, et rejeté les demandes de Paris Première et Planète+.

1) Ensemble des postes de télévision connectés à Internet directement ou par l'intermédiaire d'un périphérique.

2) Ex. : Google TV ou Apple TV. Ce type de boîtier nécessite une connexion internet permettant d'accéder à de la musique, à de la vidéo à la demande, à des photos et à d'autres contenus multimédias.

3) Défini comme étant un téléviseur permettant aux utilisateurs d'accéder directement à des services internet sans équipement tiers.

4) Le CSA a abrogé l'autorisation d'AB1 le 21 octobre 2008, en conséquence de la demande formulée par l'éditeur du service le 8 octobre 2008.

5) Le CSA a abrogé l'autorisation de Canal J le 28 avril 2009 en conséquence de la demande formulée par l'éditeur du service le 15 janvier 2009.

6) L'autorisation de CFoot, chaîne de la TNT payante éditée par la Ligue de football professionnel, délivrée le 18 janvier 2011, a été abrogée le 31 mai 2012 en conséquence de la demande formulée par l'éditeur du service les 10 février et 20 avril 2012.

7) 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.

8) L'autorisation de diffusion en TNT payante de TF6 en date du 10 juin 2003 a été abrogée par le CSA le 24 septembre 2014.

9) L'autorisation de diffusion en TNT payante d'Eurosport en date du 10 juin 2003 a été abrogée par le CSA le 14 janvier 2015.

10) Cette abrogation a été prononcée le 21 janvier 2015 à la demande du groupe TF1 dans le cadre de l'accord capitalistique 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.

11) Décisions n° 2015-526, 2015-527 et 2015-528 en date du 17 décembre 2015 relatives à la demande d'agrément de modification des modalités de financement des services de télévision hertzienne terrestre La Chaîne Info (LCI), Paris Première et Planète+.

La TNT payante comptait approximativement 0,8 million d'abonnés au deuxième semestre 2014, soit environ 5 % des abonnés à la télévision à péage selon les estimations du Conseil. La faible appétence des téléspectateurs pour ce bouquet s'explique notamment par l'insuffisance de l'offre au plan qualitatif - trois chaînes à l'été 2015 - 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 du nombre de foyers abonnés  
à la télévision payante par plateforme de réception  
au quatrième trimestre 2015**

(En millions et %)

|              | En millions | En %         |
|--------------|-------------|--------------|
| ADSL         | 12,1        | 71 %         |
| Satellite    | 2,7         | 16 %         |
| Câble        | 1,4         | 8 %          |
| TNT payante* | 0,8         | 5 %          |
| <b>Total</b> | <b>17,0</b> | <b>100 %</b> |

\* Nombre d'abonnements arrêtés au deuxième semestre 2014 (source : plaquette de présentation du groupe Canal+).

Source : *Observatoire de l'équipement audiovisuel des foyers réalisé par Médiamétrie pour le compte du CSA, de la DGE, de la DGMIC et de l'ANFR et estimations CSA à partir de la plaquette de présentation du groupe Canal +. Ce tableau contient des arrondis.*

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 ». Distribuée par le groupe Canal Plus, cette offre n'est désormais accessible qu'en complément à son offre de base « Les chaînes Canal+ ».

Elle a pour particularité de comporter un nombre nettement moins élevé de chaînes que les bouquets proposés sur les distributeurs du câble, du satellite et de l'ADSL.

Dans le contexte d'une concurrence accrue avec les offres de base disponibles sur les réseaux ADSL, fibre optique et câble, de fortes incertitudes continuent à peser sur la pérennité du bouquet « Le Minipack ».

Comme toutes les chaînes à péage, les services distribués sur la TNT payante tirent aussi une part de leur chiffre d'affaires de la publicité. En 2014, les recettes publicitaires de l'ensemble des chaînes payantes (hors Canal+) se sont élevées à 131,7 M€, soit 11 % de leurs revenus totaux, sur un marché global de recettes publicitaires télévisuelles nettes de 3,14 milliards d'euros<sup>1</sup>.

## **Les obligations de financement de la création de la chaîne Canal+**

Parmi les chaînes payantes, le service Canal+ est 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 au chapitre II du titre II du décret n° 2010-747 du 3 juillet 2010, notamment celle de consacrer chaque année au moins 12,5 % et 9,5 % de ses ressources totales de l'exercice en cours<sup>2</sup> à l'acquisition de droits de diffusion d'œuvres cinématographiques respectivement européennes et d'expression originale française. En 2014, les investissements du service Canal+ dans la production d'œuvres ciné-

1) Source : *Bilan financier de l'année 2014 des chaînes payantes*, CSA, janvier 2016.

2) 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).

matographiques européennes et d'expression originale française se sont élevés respectivement à 210,9 M€ et 161,3 M€, ce qui représente les trois quarts des contributions annuelles de l'ensemble des services de cinéma (hertziens et non hertziens) au financement du cinéma européen et d'expression originale française (respectivement 279,7 M€ et 217,5 M€)<sup>1</sup>.

Les dépenses cumulées des services du groupe Canal Plus retenues au titre des obligations de contribution à la production d'œuvres cinématographiques européennes de l'exercice 2014<sup>2</sup> se sont élevées à 245,5 M€, ce qui représente 58,2 % du total des dépenses annuelles déclarées par les services de télévision, hertziens et non hertziens, soumis à ces obligations (421,9 M€ au total).

La chaîne cryptée a également des obligations en matière de production audiovisuelle, définies au même décret : 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 d'expression originale française, 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, le service Canal+ et les autres services payants du groupe<sup>3</sup> ayant signé des accords professionnels en ce sens, peuvent mettre en commun leurs dépenses

de production (le taux des obligations des autres services étant fixé à 12,5 %).

Les dépenses cumulées des services appartenant au groupe Canal Plus retenues au titre des obligations de contribution au développement de la production d'œuvres audiovisuelles européennes de l'exercice 2014<sup>4</sup> se sont élevées à 86,5 M€, soit 10,5 % du total des dépenses annuelles des services hertziens ou non hertziens soumis à ces obligations (825 M€)<sup>5</sup>.

Le groupe Canal+, avec 332 M€ de dépenses cumulées pour des œuvres cinématographiques et des œuvres audiovisuelles déclarées au titre de l'exercice 2014 (soit plus du quart des dépenses cumulées totales déclarées au titre de leurs obligations de contribution au développement de la production audiovisuelle et cinématographique par l'ensemble des éditeurs de services), est ainsi le deuxième contributeur au financement de la création cinématographique et audiovisuelle patrimoniale, après le service public.

## **Étude sur la télévision numérique hertzienne gratuite**

### **L'offre de chaînes sur la TNT gratuite**

Le développement de l'offre gratuite sur la TNT s'est effectué en trois temps :

- mars 2005 : lancement de 12 nouvelles chaînes (9 privées et 3 publiques) portant de 6 à 18 services l'offre de télévision hertzienne terrestre gratuite ;

1) Source : *Les chiffres clés de la production cinématographique 2014*, novembre 2015, CSA.

2) 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+.

3) Canal+ et les chaînes thématiques Comédie, Jimmy, Maison+, Planète+, Planète+ Action et Emotion, Planète+ Crime et Investigation, Planète Thalassa, Seasons, Piwi et Télétoon.

4) Aux dépenses déclarées par les chaînes citées qui mettent en commun leurs obligations de contribution au développement de la production audiovisuelle sont ici ajoutées les dépenses des deux chaînes gratuites D8 et D17.

5) Source : *Les chiffres clés de la production audiovisuelle 2014*, CSA, novembre 2015 : <http://www.csa.fr/Etudes-et-publications/Les-chiffres-cles/Les-chiffres-cles-de-la-production-audiovisuelle-2014>.

- juillet 2010 : France Ô, diffusée sur la TNT en Île-de-France depuis septembre 2007, rejoint l'offre de télévision gratuite nationale qui passe alors à 19 services ;
- décembre 2012 : avec l'arrivée de six chaînes privées en haute définition, la TNT gratuite compte désormais 25 chaînes largement déployées sur le territoire métropolitain, dont 8 publiques et 17 privées. L'appel à candidatures pour la diffusion de six chaînes en HD dans la norme DVB-T/MPEG 4 sur les multiplex R7 et R8 de la TNT a été lancé par le CSA en octobre 2011. 34 dossiers de candidature ont été reçus par le Conseil qui a annoncé le 27 mars 2012 avoir sélectionné les six projets HD1, L'Équipe HD (intitulée ensuite L'Équipe 21), 6Ter, TVous La Télédiversité (intitulée ensuite Numéro 23)<sup>1</sup>, RMC Découverte et Chérie HD (intitulée ensuite Chérie 25).

Les éditeurs se regroupent majoritairement autour de deux stratégies de programmation, l'une basée sur une segmentation de l'offre au profit d'une thématique (divertissements et musique, fiction, information, culture et découverte, ou sport), l'autre au contraire favorisant une diversité de l'offre équilibrée autour de plusieurs genres et formats de programmes (fiction, information, magazines et documentaires, divertissement, musique et spectacle, ou sport). Ainsi, l'extension du paysage audiovisuel favorise une différenciation de l'offre et organise la cohabitation entre des offres thématiques et des offres généralistes.

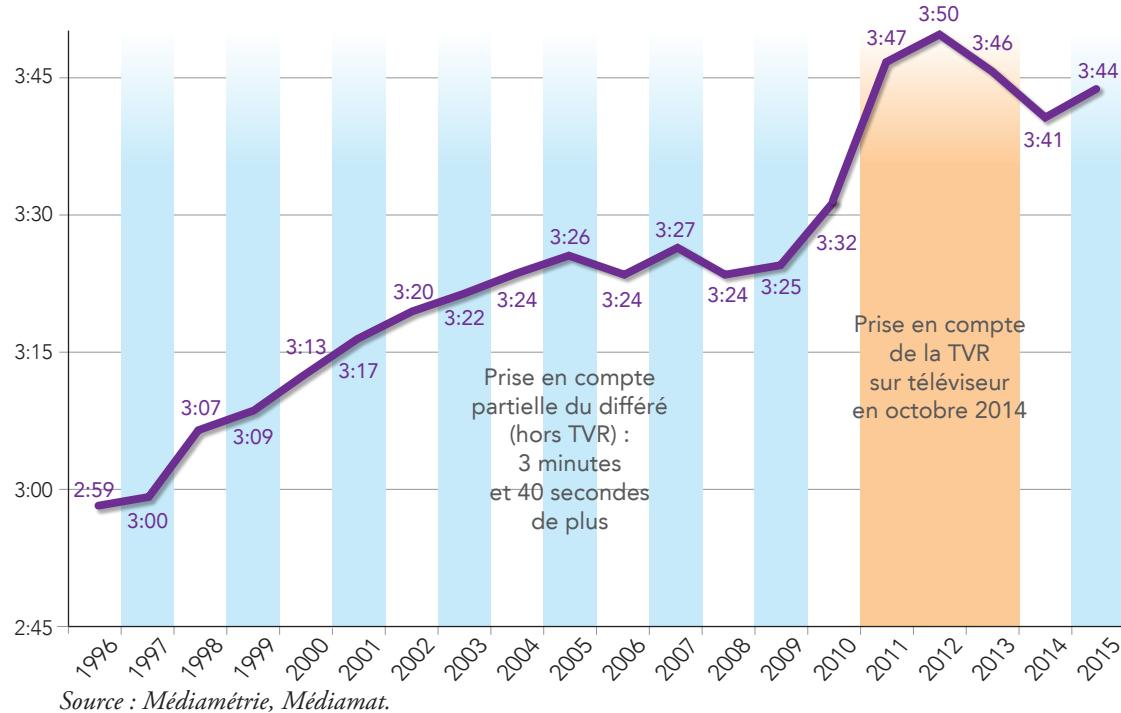
Succédant aux différentes opérations de consolidation du secteur observé au cours des dix dernières années, de nouveaux mouvements pourraient faire évoluer à court et moyen termes les équilibres de la télévision notamment gratuite. Les groupes Altice et NextRadioTV ont ainsi annoncé en juillet 2015 leur volonté de se rapprocher. En novembre 2015, le groupe NextRadioTV a annoncé la confirmation de l'Autorité de la Concurrence que la prise de participation du groupe Altice n'était pas constitutive d'un changement de contrôle, et du Conseil qu'il ne s'agissait pas d'une modification substantielle au sens de la loi audiovisuelle. Le groupe Vivendi, sous l'impulsion de M. Vincent Bolloré, président du conseil de surveillance et actionnaire majoritaire avec 14,4 % du capital du groupe, a entamé une transformation profonde de son activité média, et plus particulièrement du groupe Canal+. Enfin, s'agissant plus particulièrement du groupe TF1, le groupe a signé avec la société holding du groupe Newen, société de production et distribution de contenus audiovisuels, « un accord permettant à TF1 de devenir actionnaire à hauteur de 70 % » du capital de la société. Par un communiqué du 21 janvier 2016, l'Autorité de la concurrence a autorisé cette prise de contrôle conjoint de Newen par TF1 et FIFL.

## Les audiences

Les décisions d'autorisation prises par le Conseil pour la télévision en 2012 sont venues enrichir un paysage audiovisuel déjà

<sup>1)</sup> Le Conseil supérieur de l'audiovisuel, réuni en assemblée plénière le mercredi 14 octobre 2015, a décidé d'abroger l'autorisation de diffusion accordée le 3 juillet 2012 à la société Diversité TV France pour l'exploitation de sa chaîne Numéro 23. Cette décision a été prononcée à l'issue de la procédure de sanction ouverte le 23 juin 2015 à l'encontre de la société Diversité TV France. Elle est fondée sur la modification substantielle des données au vu desquelles l'autorisation a été accordée, liée aux conditions d'entrée de la société UTH au capital de Diversité TV France et au pacte d'actionnaires signé le 21 octobre 2013 à la suite de cette opération. Néanmoins, cette décision voyant son effet différé dans le temps au 30 juin 2016, et les possibilités de recours n'étant pas épuisées, la chaîne sera considérée comme faisant toujours partie du paysage audiovisuel dans les analyses à court terme. À plus long terme, compte tenu de l'impossibilité de prévoir à la date de la présente analyse l'utilisation prochaine de la fréquence allouée depuis 2012 à Numéro 23 la chaîne sera également conservée dans le périmètre des chaînes analysées. Ce choix méthodologique permet de faciliter la conduite de l'analyse, les hypothèses concernant l'utilisation de la fréquence étant trop nombreuses et diversifiées pour mener à bien ce type d'exercice prospectif.

**Durée d'écoute quotidienne de la télévision en moyenne annuelle, 1996-2015**  
(En heures et minutes - Cible : Individus de 4 ans et plus équipés d'un téléviseur - France métropolitaine)



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 2012<sup>1</sup>. 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 : si certaines sont d'ordre météorologique, d'autres s'expliquent par la multiplication des écrans dans les foyers, encore non mesurés par l'étude Médiamat. La concurrence de nombreuses offres de vidéo peut également expliquer cette évolution.

Après ces deux années consécutives de baisse entre 2013 et 2014, la durée d'écoute individuelle (DEI) de la télévision gagne 3 minutes en 2015. Cette hausse a été constatée sur 8 des 12 mois de l'année, à l'exception des mois de février, mai, juin et juillet ; elle est surtout due aux téléspectateurs les plus âgés : la DEI des individus de 50 ans et plus augmente de 5 minutes, tandis que celle des CSP+ augmente de 2 minutes et celle des femmes dites « responsables des achats de moins de 50 ans » (FRDA) augmente d'une minute<sup>2</sup>. En revanche, la DEI des tranches d'âge 4-14 ans, 15-34 ans et 15-49 ans continue globalement de baisser, avec des baisses de 1 à 5 minutes.

De 2007 à 2013, les trois chaînes enregistrant les meilleures part d'audience ont connu des chutes de part d'audience (PDA) significatives : -7,9 points pour TF1, -4,1 points pour France 2 et -4,6 points pour

1) Dont 3 minutes 40 secondes du fait de la prise en compte partielle du différé en 2011.

2) Les catégories CSP+ et FRDA correspondent aux cibles commerciales principalement suivies par les annonceurs et les régies publicitaires.

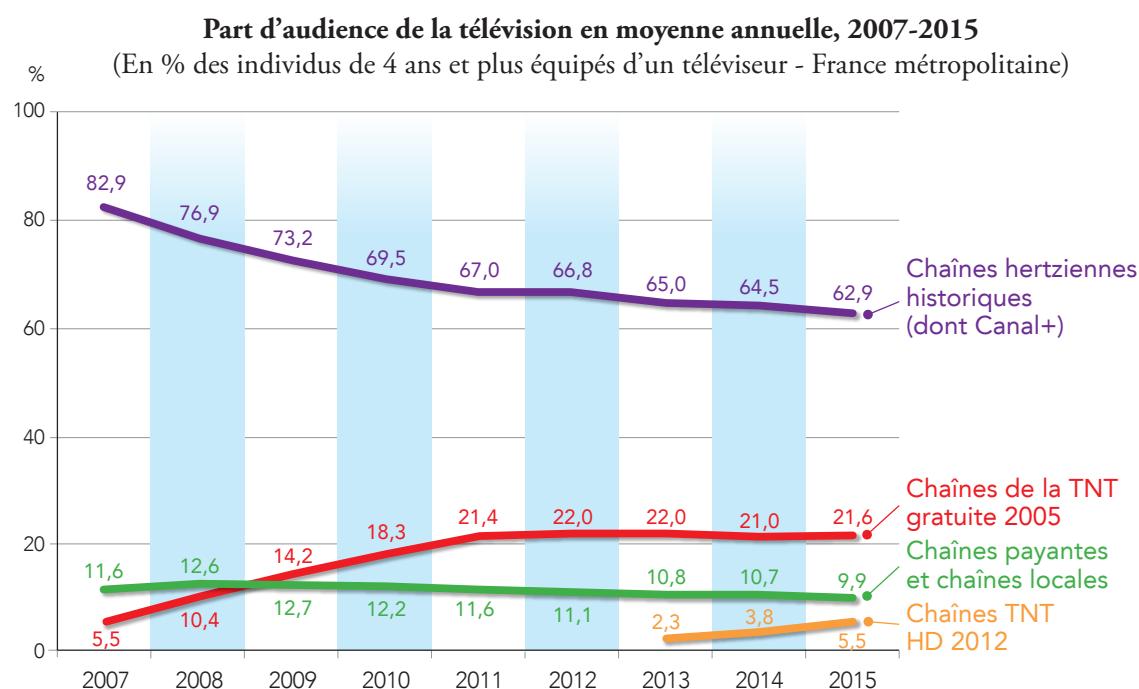
France 3, qui est passée dernière M6. Cette dernière, tout comme France 5 et Arte, n'a pas connu d'évolution majeure. Cette baisse d'audience des chaînes historiques a surtout profité aux chaînes gratuites de la TNT lancées en 2005, qui ont gagné 16,5 points de PDA sur la même période, notamment avec le succès de chaînes comme W9 et TMC.

En 2015, après avoir relativement résisté en 2014, la part d'audience des chaînes historiques connaît une nouvelle baisse importante avec un recul de 1,6 point en un an. Les chaînes de la TNT de 2005, après deux années sans progression, repartent quant à elles à la hausse (+0,6 point) sans toutefois dépasser le plafond de 22 % qui avait été atteint en 2012 et 2013. Les chaînes HD lancées en 2012 continuent leur hausse à rythme soutenu, gagnant 1,7 point de part d'audience en 2015, et atteignant ainsi sur l'année une moyenne de 5,5 %. Les chaînes payantes et locales enregistrent une nouvelle baisse de leur part d'audience en 2015

(-0,8 point), et passent pour la première fois en dessous du seuil de 10 %.

Après deux années exceptionnelles de légère hausse, TF1 retrouve la tendance à la baisse qu'elle enregistrait depuis 2005, avec une chute notable de 1,5 point de part d'audience entre 2014 et 2015, atteignant 21,4 %. La Pda de M6 continue sa baisse (-0,2 point), passant en 2015 sous la barre des 10 %. France 3 connaît également une légère baisse de 0,2 point, à 9,2 %. En revanche, France 5 rattrape partiellement les baisses enregistrées en 2013 et 2014 grâce à une hausse de 0,2 point de PdA, tandis qu'Arte, à 2,2 %, atteint sa meilleure part d'audience annuelle (+0,2 point). France 2, enfin, connaît une deuxième année consécutive de hausse, avec un gain de 0,2 point de part d'audience.

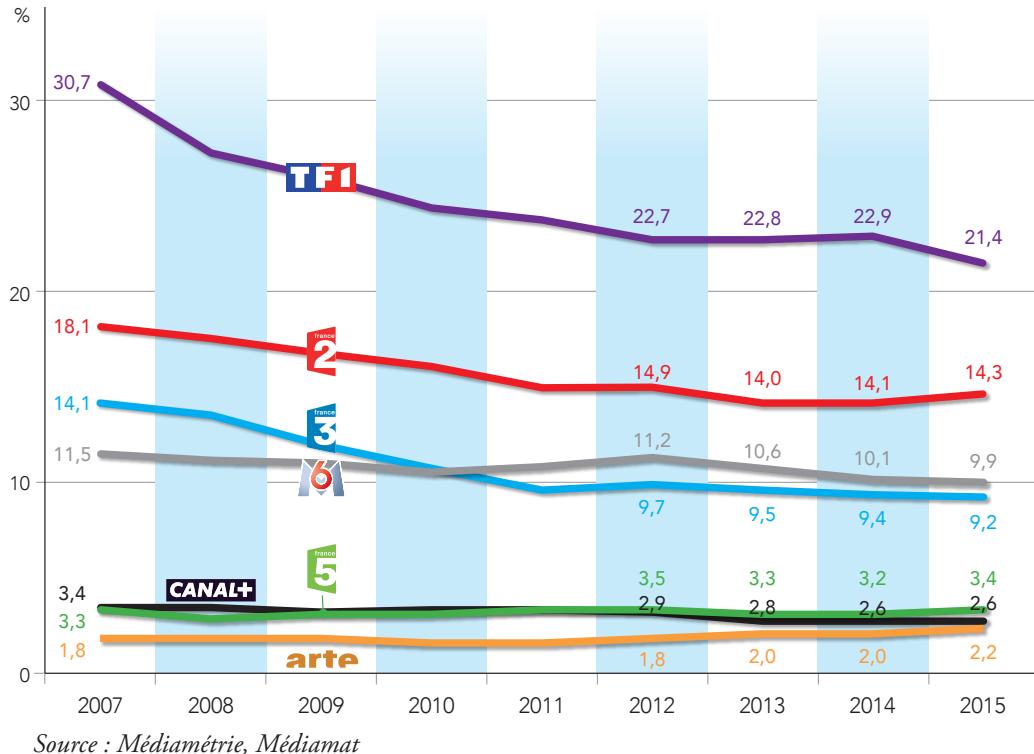
En 2015, les chaînes gratuites de la TNT lancées en 2005 ont pour la plupart enrayé leur baisse ou conforté leurs positions. Après plusieurs années de baisse,



Source : Médiamétrie, Médiamat

**MESURE DE L'IMPACT ÉCONOMIQUE DES DÉCISIONS D'AUTORISATION  
DÉLIVRÉES AU COURS DE L'ANNÉE 2015  
DANS LE SECTEUR DE LA TÉLÉVISION**

**Part d'audience des chaînes historiques en moyenne annuelle, 2007-2015**  
(En % des individus de 4 ans et plus équipés d'un téléviseur - France métropolitaine)



Source : Médiamétrie, Médiamat

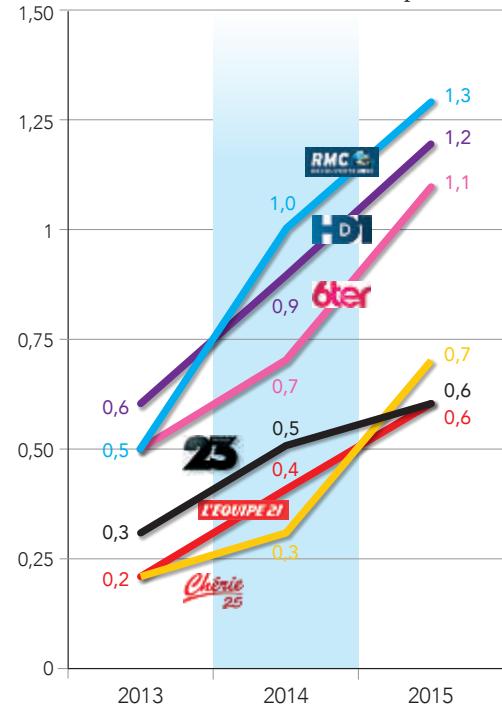
95

TMC et W9 parviennent à se stabiliser. D8 poursuit sa progression, en gagnant 0,1 point en un an. NT1 progresse également fortement et gagne 0,2 point pour atteindre 2 %. Elle dépasse ainsi NRJ 12, qui en revanche poursuit sa baisse, bien qu'elle soit parvenue à la ralentir (-0,1 point, à 1,8 %). France Ô gagne 0,1 point à 0,6 %, sans toutefois s'inscrire dans une véritable tendance à la hausse. Parmi les chaînes non généralistes, BFM TV et iTélé progressent toutes les deux, respectivement de 0,2 et 0,1 point. Enfin, France 4 (+0,1 pt) dépasse désormais Gulli (-0,2 pt). D17 demeure stable à 1,2 %.

Quant aux chaînes TNT 2012, RMC Découverte et HD1 demeurent en tête respectivement à 1,3 % et 1,2 % (+0,3 point chacune), tandis que 6ter et Chérie 25 enregistrent les meilleures hausses de l'année (+0,4 point chacune, respectivement à 1,1 % et 0,7 %). L'Équipe 21 et Numéro 23, atteignent toutes

**Part d'audience des nouvelles chaînes de la TNT 2012 en moyenne annuelle, 2007-2015**

(En % des individus de 4 ans et plus équipés d'un téléviseur - France métropolitaine)

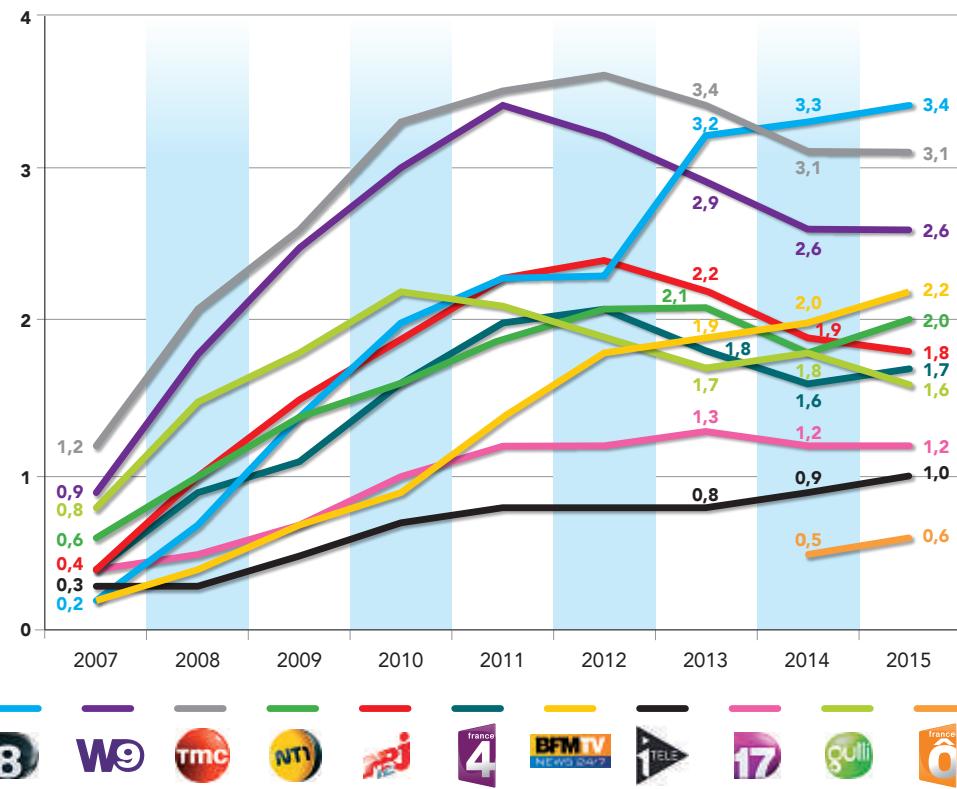


Source : Médiamétrie, Médiamat

**MESURE DE L'IMPACT ÉCONOMIQUE DES DÉCISIONS D'AUTORISATION  
DÉLIVRÉES AU COURS DE L'ANNÉE 2015  
DANS LE SECTEUR DE LA TÉLÉVISION**

**Part d'audience des chaînes de la TNT lancées de 2005 à 2010 en moyenne annuelle,  
2007-2015**

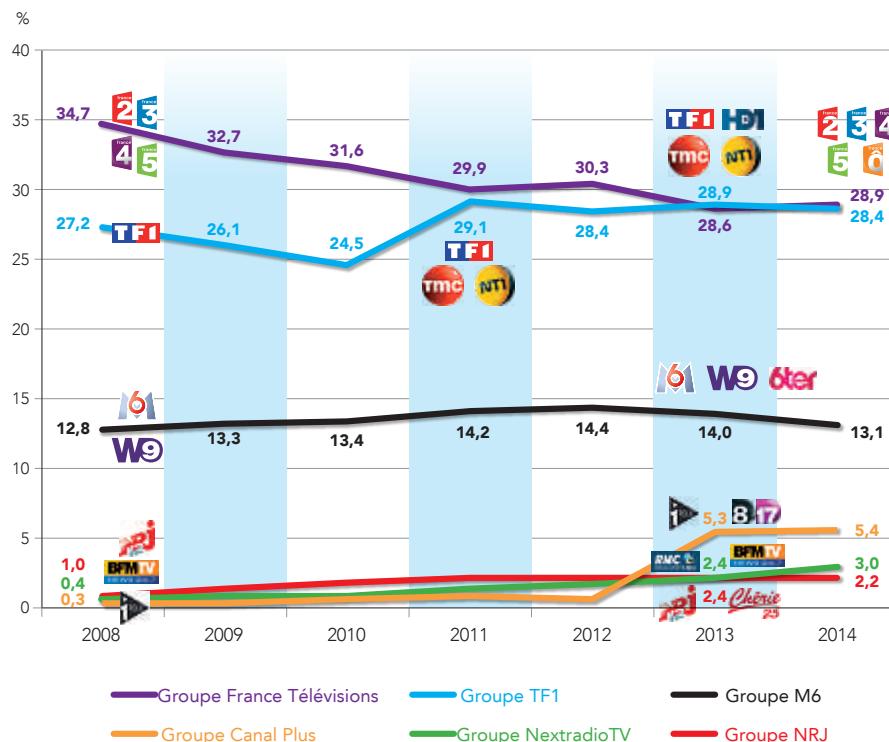
(En % des individus de 4 ans et plus équipés d'un téléviseur - France métropolitaine)



96

Source : Médiamétrie, Médiamat

**Part d'audience des groupes de télévision en moyenne annuelle, 2007-2014**  
(En % des individus de 4 ans et plus équipés d'un téléviseur - France métropolitaine)



Source : Médiamétrie, Médiamat.

les deux 0,6 % de part d'audience avec une progression de respectivement 0,2 et 0,1 point entre 2014 et 2015.

Ces évolutions d'audience ont des effets directs sur le poids et les performances des groupes en 2015.

Le groupe NextRadioTV est à nouveau en 2015 le groupe qui affiche la meilleure progression de part d'audience (+0,5 point), avec une hausse de la PdA de ses deux chaînes nationales BFM TV et RMC Découverte. France Télévisions est également à la hausse (+0,1 pt), en particulier grâce aux progressions de France 2, France 5 et France 4, et s'affirme ainsi à nouveau comme le premier groupe audiovisuel français en parts d'audience.

Malgré les difficultés de la chaîne NRJ 12, le groupe NRJ enregistre une hausse de 0,3 point grâce au décollage de Chérie 25. Le groupe M6 gagne 0,2 point en raison des bonnes performances de 6ter, qui sont néanmoins contrebalancées par le repli de la chaîne M6. Le groupe Canal Plus (+0,2 point) profite de la hausse des chaînes iTélé et D8. Seul le groupe TF1 connaît un recul important (-1 point). Les bonnes performances de NT1 et HD1 ne compensent pas la forte baisse subie par la chaîne TF1.

## Le marché publicitaire télévisuel

Les recettes publicitaires nettes de l'ensemble des chaînes de télévision se sont portées à 3,2 milliards d'euros en 2014, ce qui correspond à une quasi-stabilité par rapport à 2013 (+0,1 %), mettant un terme à deux années

successives de baisse (-4,5 % entre 2011 et 2012 puis -3,5 % entre 2012 et 2013).

Hors inflation, les recettes publicitaires nettes télévisuelles ont toutefois sensiblement diminué depuis 2007 pour atteindre en 2014 leur plus bas niveau depuis 15 ans.

Le marché publicitaire télévisuel ne devrait pas connaître de reprise significative en 2015. Les dernières prévisions portant sur l'année entière font en effet état d'une hausse modérée (+1,2% selon ZenithOptimedia et +1,1% selon IPG Magna Global le 9 décembre 2015, environ +0,5% selon l'IREP le 1<sup>er</sup> février 2016).

Enfin, les dernières prévisions pour l'année 2016 (décembre 2015) s'inscrivent dans cette même perspective de faible croissance : +0,8% (IPG Magna Global) et +1,5% (ZenithOptimedia).

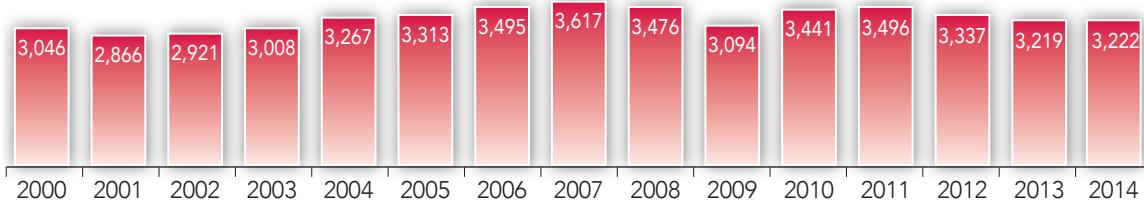
Le paysage publicitaire de la télévision s'est considérablement modifié depuis 10 ans, sous l'effet d'un ensemble d'évolutions portant sur l'offre (en particulier le lancement de 10 chaînes TNT actives en publicité en 2005 puis 6 en 2012, la suppression partielle de la publicité sur les chaînes publiques et le relèvement du plafond de durée publicitaire pour les chaînes privées en 2009) et sur la demande (déplacement d'une partie des investissements des annonceurs vers internet, crise financière en 2008-2009...).

Ces mouvements ont conduit à la forte augmentation du volume et de la part des écrans publicitaires présentant de faibles niveaux de couverture et, symétriquement, à la baisse sensible de la valeur moyenne des espaces publicitaires.

**MESURE DE L'IMPACT ÉCONOMIQUE DES DÉCISIONS D'AUTORISATION  
DÉLIVRÉES AU COURS DE L'ANNÉE 2015  
DANS LE SECTEUR DE LA TÉLÉVISION**

**Recettes publicitaires nettes de la télévision, 2000-2014**

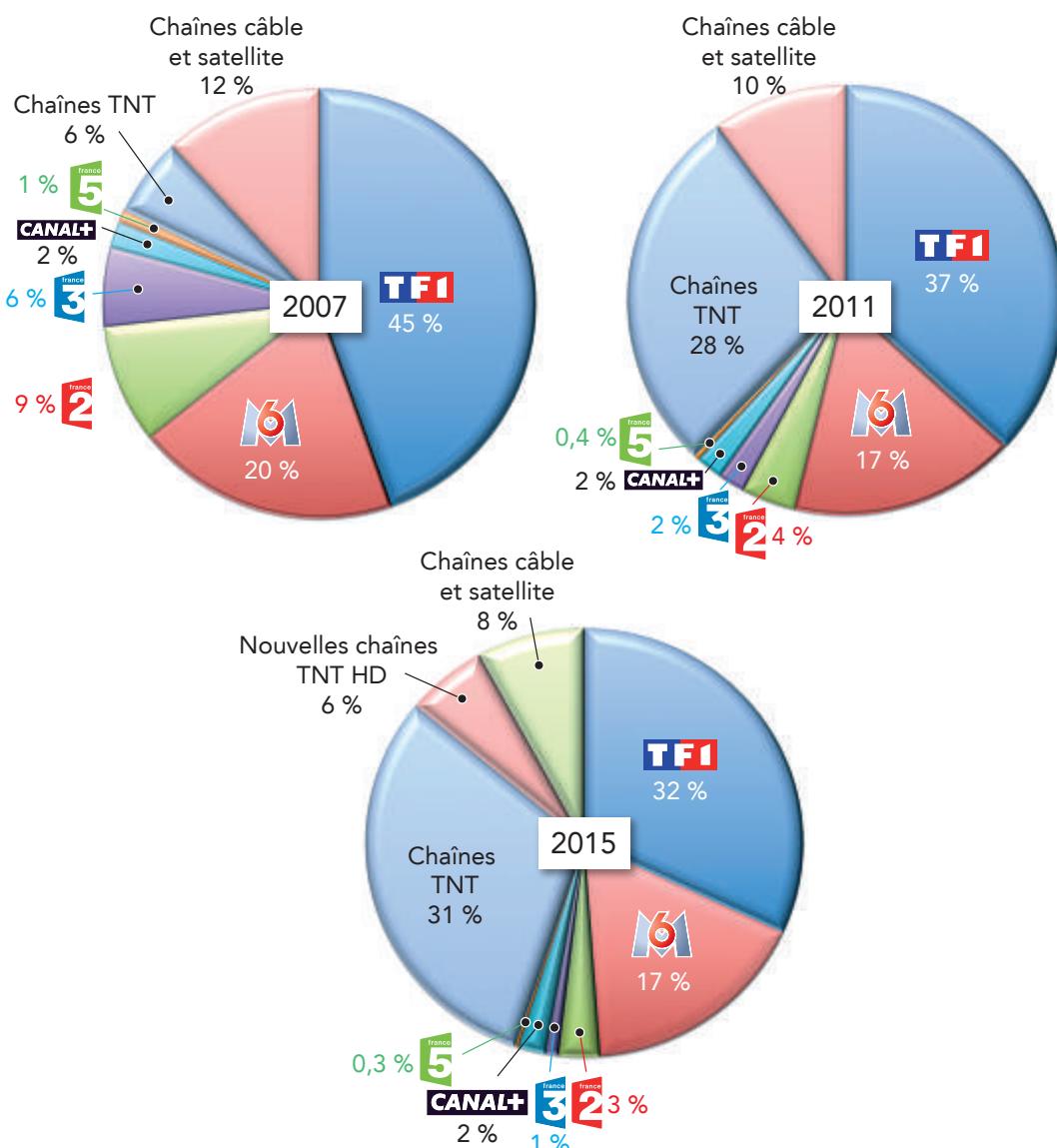
(En milliards d'euros nets)



Source : IREP

**Parts de marché publicitaire brutes des chaînes de télévision entre 2007 et 2015**

(En %)



Source : Kantar Media, données brutes, hors parrainage et 6Ter inclus dans l'ensemble « Chaînes TNT » en 2015.

## Le poids du secteur et sa contribution au financement de la création<sup>1</sup>

Depuis deux ans, le chiffre d'affaires publicitaire net des chaînes de la TNT gratuite évolue très légèrement à la baisse (-1,8 % sur la période 2012-2014). Le recul des recettes publicitaires des chaînes historiques privées et publiques (en baisse de 7,1 %, à 2 217,1 M€ en 2014, contre en 2 386,6 M€ en 2012) est presque compensé par la progression des revenus publicitaires des nouvelles chaînes de la TNT (654,7 M€ en 2014 pour l'ensemble des deux vagues, contre 536,8 M€ en 2012 pour les chaînes de 2005, soit une augmentation de 22 %).

Le chiffre d'affaires global des chaînes gratuites a également diminué dans les mêmes proportions que le chiffre d'affaires publicitaire entre 2012 et 2014 (-2,4 %). Le service public a vu ses revenus totaux baisser de 5,2 % en deux ans, tandis que ses revenus publicitaires ont plus fortement diminué (-15,5 % sur la même période), ce décalage étant essentiellement dû aux ressources tirées de la contribution à l'audiovisuel public.

Pour les chaînes privées historiques, toujours financées quasi-exclusivement par la publicité (99 % de leur chiffre d'affaires en 2014), les autres sources de revenus sont trop minoritaires pour contrebalancer la perte de recettes publicitaires, en baisse de 5,4 % sur la période 2012-2014. Leur chiffre d'affaires global s'est ainsi réduit dans les mêmes proportions sur la période 2012-2014

**Chiffre d'affaires publicitaire net annuel des chaînes nationales gratuites, 2010-2014**  
(En M€)



Sources : *Bilan financier des chaînes nationales gratuites* (années 2010 à 2014), CSA

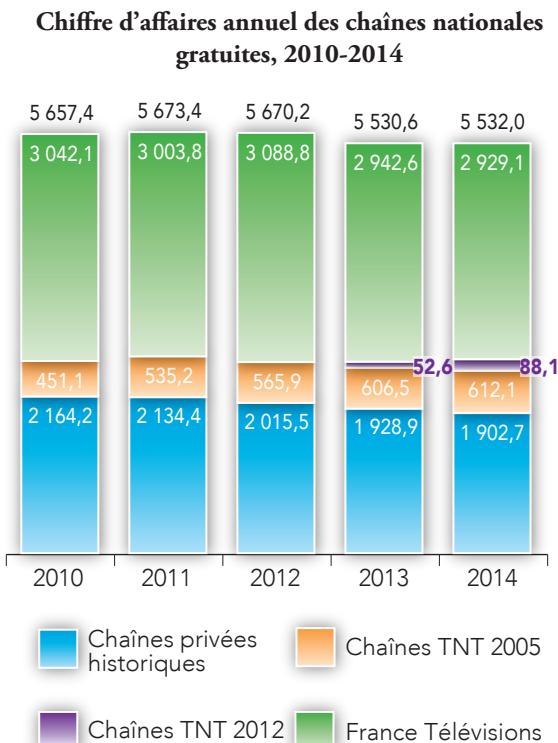
(-5,6 %).

Quant aux chaînes de la TNT 2005 et 2012, leurs recettes de diversification - qui représentent seulement 6,5 % de leur chiffre d'affaires global en 2014 - ont crû moins vite que leurs revenus publicitaires entre 2012 et 2014 (+22 %), portant ainsi la croissance du chiffre d'affaires total à 23,7 %.

La baisse des revenus des chaînes gratuites n'est pas sans conséquence sur le financement de la création auquel elles participent significativement.

Les obligations en matière de contribution au financement du cinéma des services hertziens gratuits qui diffusent chaque année

1) 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.



Sources : *Bilan financier des chaînes nationales gratuites (années 2010 à 2014)*, CSA.

100

plus de 52 longs métrages sont fixées au chapitre I<sup>er</sup> du titre I<sup>er</sup> du décret n°2010-747 du 3 juillet 2010. Ceux-ci sont tenus de consacrer chaque année respectivement au moins 3,2 % et 2,5 % de leur chiffre d'affaires annuel net de l'exercice précédent à des dépenses contribuant au développement de la production d'œuvres cinématographiques européennes et EOF. Pour le groupe France Télévisions, le taux de contribution à la production de films européens s'élève à 3,5 % (2,5 % pour les œuvres EOF).

La contribution déclarée par les chaînes gratuites au financement du cinéma a diminué à partir de 2012 et jusqu'en 2013 (-6,3 % pour les œuvres européennes et -8,1 % pour les œuvres EOF entre 2013 et 2011). Cette évolution peut sembler surprenante si l'on considère que le chiffre d'affaires global de la TNT gratuite en 2011 - montant qui sert

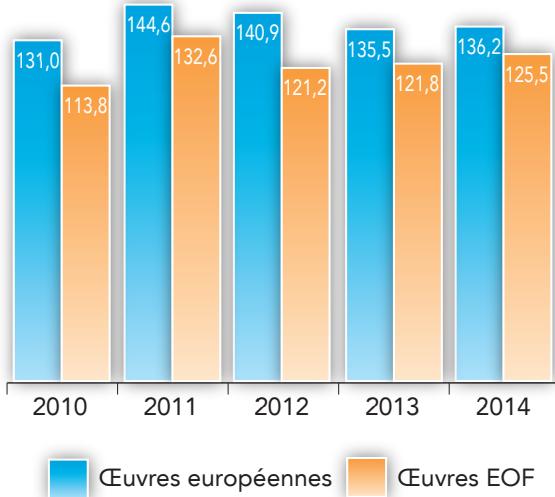
de référence au calcul de l'assiette des contributions versées en 2012 - est resté globalement stable par rapport à 2010 (+0,3 %). Elle s'explique en grande partie par le fait que, contrairement aux nouvelles chaînes de la TNT, les chaînes historiques privées et publiques enregistraient déjà des recettes en baisse en 2011 (-1,3 % par rapport à 2010). Leurs investissements déclarés dans les films européens et EOF se sont donc réduits de respectivement 1,5 % et 8,9 % en 2012, à respectivement 123,6 M€ et 106 M€. Or, les chaînes historiques représentent l'essentiel de la contribution des services hertziens gratuits à la production cinématographique (88 % pour les œuvres européennes et 87 % pour les films EOF en 2012).

En 2014, la tendance à la baisse des investissements déclarés par les chaînes gratuites dans la production cinématographique européenne depuis 2012 s'est inversée (+0,5 % par rapport à 2013, vs. -3,8 % entre 2012 et 2013, soit un recul de -3,3 % sur la période 2012-2014) et leurs apports déclarés dans les films EOF continuent leur progression de manière plus soutenue (+3 % entre 2013 et 2014, contre +0,5 % entre 2012 et 2013).

La contribution déclarée des chaînes historiques dans le cinéma européen a continué à diminuer en 2014 (-0,9 %) mais moins fortement qu'en 2013 (-5,5 %) tandis que leur participation déclarée aux longs métrages EOF a progressé en 2014 (+2,1 %).

En 2014, la part des chaînes historiques dans le financement du cinéma européen s'est réduite à 85 % (-2,7 points par rapport à 2012), du fait de l'augmentation de 17,9 % en 2014 par rapport à 2012 des investissements déclarés par les nouvelles chaînes de la TNT dans les œuvres européennes.

**Contributions annuelles à la production cinématographique déclarées par les services gratuits, 2010-2014**  
(En M€)

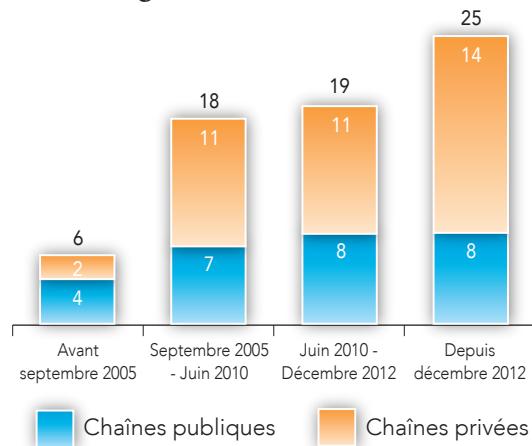


Sources : *Les chiffres clés de la production cinématographique (années 2010 à 2014)*, CSA.

### Le pluralisme de l'offre

L'offre de chaînes de la TNT gratuite n'a cessé de s'enrichir depuis le lancement de la plate-forme en 2005 et comprend aujourd'hui 25 services.

### Évolution du nombre de chaînes sur la TNT gratuite, 2005-2015



Source : CSA

La contribution des chaînes gratuites au financement de la production audiovisuelle est impossible à chiffrer car, depuis l'entrée en vigueur des décrets n° 2010-416 du 27 avril 2010 et n° 2010-747 du 2 juillet 2010 (modifié par le décret du 27 avril 2015), les groupes audiovisuels ayant signé des accords professionnels en ce sens peuvent mettre en commun leurs dépenses de production entre leurs services, quel que soit leur mode de diffusion, hertzien ou non hertzien, gratuit ou payant.

L'ensemble des dépenses pour des œuvres audiovisuelles (patrimoniales et non patrimoniales) déclarées par les groupes propriétaires de chaînes de la TNT gratuite soumises à ces obligations<sup>1</sup> s'élève à 777,5 M€ en 2014, un chiffre en baisse de 4,2 % en deux ans (812 M€ en 2012)<sup>2</sup>.

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 12 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 dans les différents types de programmation.

L'analyse de l'audience des chaînes de la TNT 2012 confirme une certaine attente des téléspectateurs en termes d'offre de programmes. En effet, la part d'audience de ces chaînes est en constante hausse depuis leur création et leur première année de plein exercice en 2013, atteignant 5,5 % en 2015. RMC Découverte s'inscrit notamment au premier rang de ces nouvelles chaînes en ce qui concerne l'audience, atteignant 1,3 %

<sup>1</sup>) France Télévisions, Groupe TF1, Groupe M6, Groupe Canal Plus, Groupe Lagardère et NRJ Group. Deux chaînes hertziennes gratuites soumises à des obligations de production audiovisuelle ne sont pas comptabilisées dans cet agrégat : Numéro 23 et RMC Découverte.

<sup>2</sup>) Source : *Les chiffres clés de la production audiovisuelle 2013, décembre 2014*, CSA.

de part d'audience en 2015, suivie de près par HD1 et 6ter, qui ont atteint respectivement 1,2 et 1,1 %, dépassant ainsi certaines chaînes de la TNT 2005.

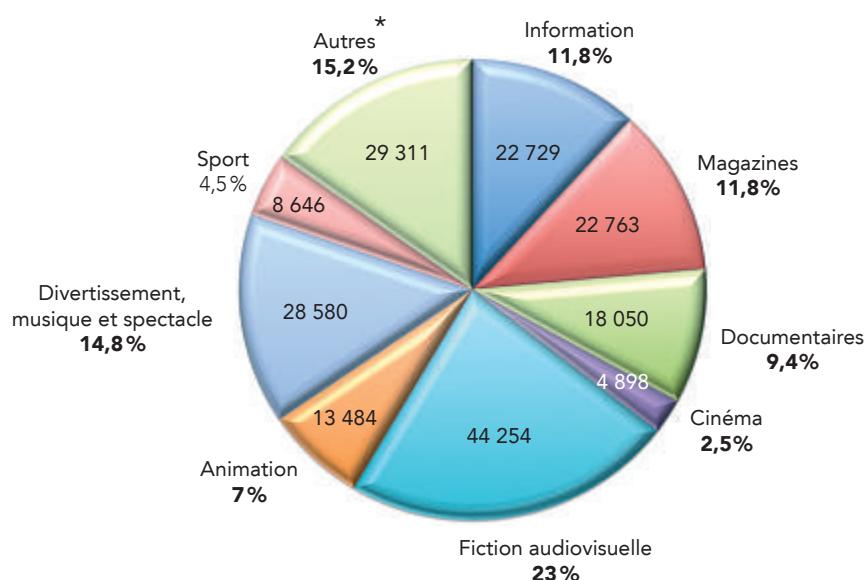
Le volume horaire global de l'offre a augmenté de 37 % en 2013, pour s'établir à 192 715 heures (contre 140 540 en 2012). Les genres qui ont le plus progressé en 2013 sont le sport (dont le volume a plus que quadruplé, grâce à L'Équipe 21), le documentaire (c'est essentiellement l'arrivée de RMC Découverte 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).

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. En hausse relative de 2 points, la fiction, qui représente à elle seule le quart de l'offre, reste majoritaire. Enfin, les parts des genres magazine et cinéma n'ont quasiment pas évolué (respectivement -0,2 point et -0,1 point).

En 2014, deuxième année de plein exercice pour les 6 nouvelles chaînes TNT 2012, la fiction reste toujours le genre prédominant, mais son offre a diminué de 1,6 point en un an.

**Structure de l'offre de programmes par genre sur la TNT gratuite en 2014  
(Ensemble de la diffusion)**  
(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 : CSA.

La part des documentaires a légèrement baissé depuis 2013 (-0,3 point), de même que celle des divertissements, musique et spectacle (-0,1 point) tandis que celles des offres d'animation et de magazines ont progressé en un an (respectivement de 0,5 et 0,4 point). Les parts de l'information, du sport, et du cinéma sont restées stables entre 2013 et 2014.

Sans avoir bouleversé la hiérarchie entre les genres de programme, les nouvelles chaînes autorisées par le Conseil ont contribué à un rééquilibrage global de la présence de ces divers genres à l'antenne.

## 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 2015, 31 chaînes sont diffusées sur la TNT en France métropolitaine, dont 25 gratuites et 6 payantes.

Trois groupes d'opérateurs<sup>1</sup> peuvent être distingués sur la TNT :

- les opérateurs du secteur public (groupe France Télévisions, Arte France, LCP-Assemblée Nationale et Public Sénat) ;
- les opérateurs privés historiques (groupe

- TF1, groupe M6 et Groupe Canal Plus) ;
- les opérateurs privés non adossés à une chaîne historique groupe NextRadioTV, NRJ Group (NRJ 12 et Chérie 25), groupe Lagardère (Gulli), groupe Amaury (L'Équipe 21) et Diversité TV France (Numéro 23).

Les trois opérateurs privés historiques détiennent conjointement le plus grand nombre de chaînes sur la TNT nationale. Ils contrôlent l'intégralité des services payants (quatre des six chaînes payantes pour Groupe Canal Plus, un pour le groupe TF1 et un également pour le groupe M6) et dix des 25 chaînes gratuites (qui se répartissent de la façon suivante : quatre des chaînes de la TNT gratuite sont détenues par le groupe TF1, tandis que le groupe M6 et Groupe Canal+ en possèdent chacun trois).

Au total, 16 des 31 chaînes que compte la TNT sont détenues par des opérateurs privés historiques, soit plus de la moitié d'entre elles (sept pour Groupe Canal+ cinq pour le groupe TF1 et quatre pour le groupe M6). Les opérateurs publics et privés non adossés à une chaîne historique diffusent un nombre de services proche (respectivement huit et sept), tous gratuits (soit environ le quart de l'ensemble des chaînes de la TNT pour chacune de ces deux catégories d'opérateurs).

#### L'analyse de la diversité des opérateurs sur la TNT gratuite exclusivement

Le groupe France Télévisions constitue le premier opérateur en nombre de chaînes,

<sup>1)</sup> Cette catégorisation 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.

**Répartition des chaînes gratuites et payantes de la TNT par opérateur au 31 décembre 2015**

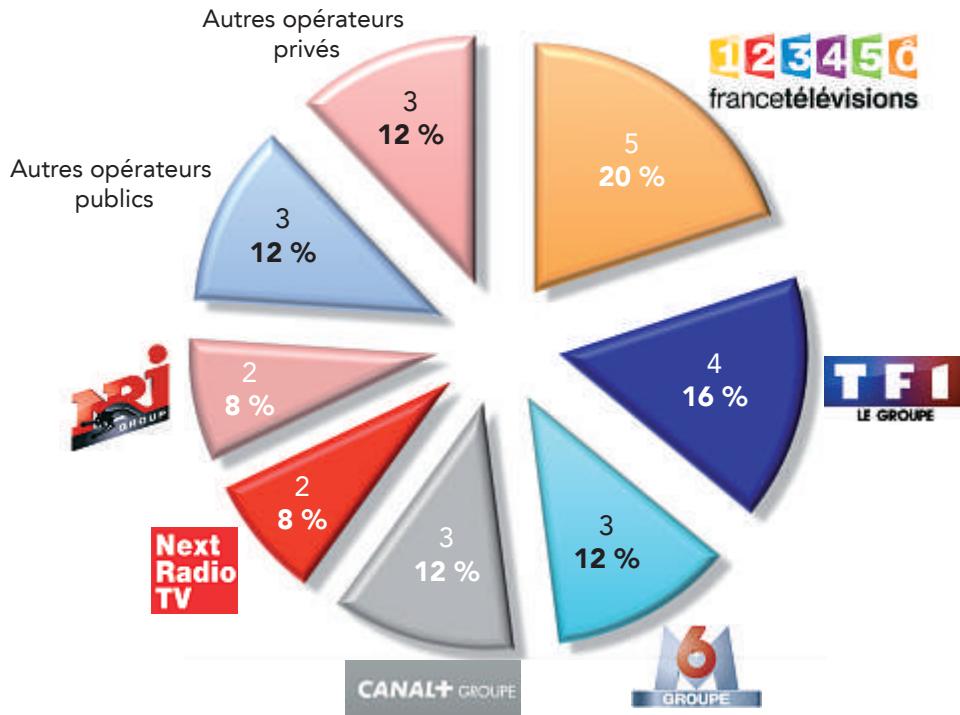
| Groupes                         | France Télévisions                 | Groupe TF1                            | Groupe M6  | Groupe Canal+       | NRJ Group                   | NextRadio TV  | Autres    | Total    |
|---------------------------------|------------------------------------|---------------------------------------|--|---------------------|-----------------------------|---|-----------|----------|
| Chaînes                         | TF1<br>NT1<br>HD1<br>TMC*<br>LCI** | M6<br>W9<br>6ter<br>Paris<br>Première | D8<br>D17<br>iTélé<br>Canal+ HD<br>Canal+ Cinéma<br>Canal+ Sport<br>Planète+ | NRJ 12<br>Chérie 25 | BFM TV<br>RMC<br>Découverte | Arte (Arte France)<br>LCP Assemblée Nationale<br>Public Sénat<br>Gulli<br>(Lagardère Active)<br>L'Équipe 21<br>(Groupe Amaury)<br>Numéro 23<br>(Diversité TV) | -         |          |
| Total chaînes publiques         | 5                                  | 0                                     | 0  | 0                   | 0                           | 0   | 3         | 8        |
| Total chaînes privées gratuites | 0                                  | 4                                     | 3  | 3                   | 2                           | 2   | 3         | 17       |
| <b>Total chaînes payantes</b>   | <b>0</b>                           | <b>1</b>                              | <b>4</b>   | <b>0</b>            | <b>0</b>                    | <b>0</b>  | <b>6</b>  | <b>6</b> |
| <b>Total chaînes</b>            | <b>5</b>                           | <b>5</b>                              | <b>4</b>   | <b>7</b>            | <b>2</b>                    | <b>2</b>  | <b>31</b> |          |

**Légende :** En vert : les chaînes publiques En bleu : les chaînes privées gratuites En rouge : les chaînes payantes Source : CSA

\* Détenue à 80 % par le groupe TF1 et à 20 % par la Principauté de Monaco.

\*\* En application des décisions du Conseil du 17 décembre 2015 et du 19 février 2016, LCI peut être diffusée sur la TNT gratuite à compter du 5 avril 2016.

**Ventilation des chaînes de la TNT gratuite par type d'opérateur au 31 décembre 2015**  
(En %)



Source : CSA

105

avec cinq services sur les 25 aujourd'hui diffusés. Viennent ensuite le groupe TF1, avec quatre chaînes, puis Groupe Canal Plus et le groupe M6 avec trois chaînes chacun. Parmi les opérateurs non adossés à une chaîne historique, NRJ Group et NextRadioTV détiennent chacun deux chaînes. Les autres acteurs, qu'ils soient publics ou privés, n'en opèrent qu'une.

Le tableau ci-après 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 TMC 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 six nouvelles chaînes HD privées gratuites en décembre 2012.

Les acteurs privés non adossés à une chaîne historique détiennent aujourd'hui autant de chaînes qu'à la fin de l'année 2005.

Le poids des opérateurs publics sur la TNT gratuite (huit chaînes) est supérieur à celui

**Évolution du nombre de chaînes de la TNT gratuite par type d'opérateur, 2005 - octobre 2015**

|  | Fin 2005  | Fin 2010  | Évolution<br>2005-2010 | Fin 2015  | Évolution<br>2010-2015 |
|--|-----------|-----------|------------------------|-----------|------------------------|
| Opérateurs publics                             | 7         | 8         | +1                     | 8         | 0                      |
| Opérateurs historiques                         | 4         | 6         | +2                     | 10        | +4                     |
| <i>Dont Groupe TF1*</i>                        | 1         | 3         | +2                     | 4         | +1                     |
| <i>Dont Groupe M6</i>                          | 2         | 2         | 0                      | 3         | +1                     |
| <i>Dont Groupe Canal +</i>                     | 1         | 1         | 0                      | 3         | +2                     |
| Opérateurs non adossés à une chaîne historique | 7         | 5         | -2                     | 7         | +2                     |
| <i>Dont NRJ Group</i>                          | 1         | 1         | 0                      | 2         | +1                     |
| <i>Dont NextRadioTV</i>                        | 1         | 1         | 0                      | 2         | +1                     |
| <b>Total</b>                                   | <b>18</b> | <b>19</b> | <b>+1</b>              | <b>25</b> | <b>+6</b>              |

\* Afin 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 non adossés à une chaîne historique » pour l'année 2005 puis dans le groupe TF1 pour les années 2010 et 2014.

106

des opérateurs privés non adossés à une chaîne historique (sept), alors que ces deux groupes faisaient jeu égal fin 2005.

### Impact sur la concentration du marché de la publicité télévisuelle

Le marché de la publicité télévisuelle est dominé par le groupe TF1, qui représente à lui seul 42 % des revenus bruts en 2015. La part de marché du groupe M6, deuxième plus gros acteur du marché, est près de deux fois moins importante (22,3 %). Les trois opérateurs privés historiques (les groupes TF1, M6 et Canal Plus) détiennent une part de marché publicitaire brute cumulée de 78 %. Leur poids s'est renforcé de près de 2 points entre 2007 et 2015.

Conséquence de l'élargissement de l'offre de télévision gratuite, le poids du groupe TF1 s'est érodé sur cette période (-7 points entre 2007 et 2015) et ce, malgré le rachat de TMC et NT1 en 2010 et le lancement de HD1 fin 2012. La part du groupe M6, qui

a créé deux nouvelles chaînes gratuites en 2005 (W9) et 2012 (6ter), est restée stable sur la période. Parmi les trois grands groupes privés, seul Groupe Canal Plus a vu sa part tripler en huit ans, pour atteindre plus de 13 % en 2015. Acteur historique de la télévision payante, le groupe Canal Plus a considérablement renforcé sa présence sur la TNT gratuite en 2012 avec le rachat de Direct 8 et Direct Star (devenus D8 et D17). Auparavant, son activité sur la télévision gratuite se limitait à i>Télé et aux plages en clair de Canal+.

La part de marché publicitaire brute de France Télévisions a été divisée par trois entre 2007 et 2015, en grande partie en raison de l'arrêt de la publicité après 20 heures sur les chaînes du service public depuis 2009.

Enfin, les nouveaux entrants de la TNT gratuite, NextRadioTV (BFM TV et RMC Découverte) et NRJ Group (NRJ 12 et Chérie 25), ont vu leurs parts de marché publicitaire brutes progresser de 4,2 et 3,6 points entre 2007 et 2015, atteignant

**Parts de marché publicitaire brutes par groupes de télévision, 2007-2015**  
en %

| Groupes TV          | 2007   | 2008   | 2009   | 2010   | 2011   | 2012   | 2013   | 2014   | 2015   |
|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| <b>TF1</b>          | 49,1 % | 47,5 % | 47,0 % | 48,0 % | 45,7 % | 46,0 % | 44,8 % | 42,4 % | 42,0 % |
| <b>M6</b>           | 22,0 % | 21,3 % | 23,5 % | 23,2 % | 22,1 % | 22,5 % | 23,4 % | 22,5 % | 22,3 % |
| <b>GCP</b>          | 4,8 %  | 5,5 %  | 6,7 %  | 8,1 %  | 9,4 %  | 12,7 % | 12,6 % | 14,9 % | 13,4 % |
| <b>France TV</b>    | 16,2 % | 15,3 % | 8,5 %  | 8,5 %  | 7,9 %  | 7,1 %  | 6,3 %  | 5,3 %  | 5,6 %  |
| <b>Nextradio TV</b> | 0,6 %  | 0,8 %  | 1,6 %  | 2,0 %  | 2,6 %  | 3,5 %  | 4,2 %  | 4,6 %  | 4,8 %  |
| <b>NRJ</b>          | 0,6 %  | 1,3 %  | 2,3 %  | 2,6 %  | 3,7 %  | 3,9 %  | 3,9 %  | 3,7 %  | 4,2 %  |
| <b>Lagardère</b>    | 1,7 %  | 2,4 %  | 2,6 %  | 1,5 %  | 1,6 %  | 1,5 %  | 1,3 %  | 2,1 %  | 2,1 %  |
| <b>Viacom</b>       | 1,0 %  | 1,0 %  | 0,9 %  | 0,9 %  | 0,9 %  | 0,8 %  | 0,9 %  | 1,0 %  | 1,1 %  |
| <b>Amaury</b>       | 0,2 %  | 0,2 %  | 0,2 %  | 0,2 %  | 0,1 %  | 0,1 %  | 0,4 %  | 0,6 %  | 0,9 %  |
| <b>Disney</b>       | 0,1 %  | 0,2 %  | 0,3 %  | 0,2 %  | 0,4 %  | 0,5 %  | 0,5 %  | 0,5 %  | 0,7 %  |
| <b>AB</b>           | 1,8 %  | 2,6 %  | 3,6 %  | 0,3 %  | 0,5 %  | 0,5 %  | 0,4 %  | 0,4 %  | 0,5 %  |
| <b>Bolloré</b>      | 0,2 %  | 0,6 %  | 1,4 %  | 3,4 %  | 4,1 %  | 0,0 %  | 0,0 %  | 0,0 %  | 0,0 %  |
| <b>Autres</b>       | 1,8 %  | 1,4 %  | 1,4 %  | 1,0 %  | 1,0 %  | 0,9 %  | 1,2 %  | 1,8 %  | 2,5 %  |

Source : Kantar Média - Traitement CSA

respectivement 4,8 % et 4,2 % de part de marché publicitaire brute cette dernière année.

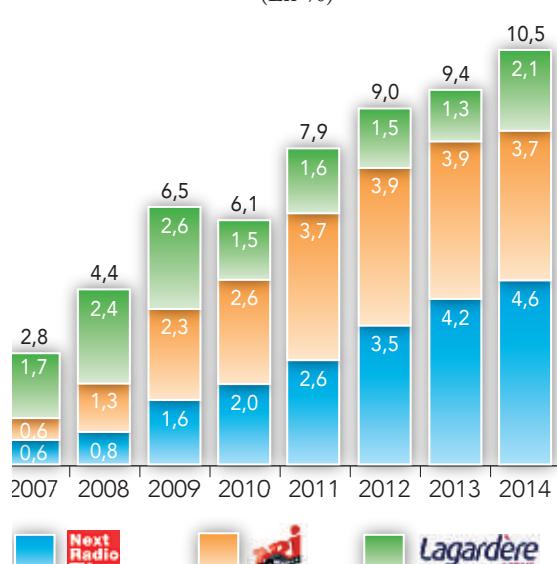
L'élargissement de l'offre de télévision gratuite a donc eu pour conséquence de réduire la concentration du marché de la publicité télévisuelle en réduisant d'une part la prépondérance du groupe TF1 et, d'autre part, le poids global des opérateurs historiques,

France Télévisions inclus, au bénéfice de nouveaux acteurs.

107

## DANS LE SECTEUR DE LA RADIO

### Les décisions d'autorisation prises en 2015 pour la diffusion analogique



Source : Kantar Média - Traitement CSA

En 2015, le Conseil n'a procédé à aucun appel à candidatures général en métropole. En revanche, trois appels partiels ont abouti à la délivrance d'autorisations dans le ressort des CTA de Nancy pour la zone de Reims, Lille et Marseille (Corse).

Ces appels portant pour partie sur des autorisations arrivant à échéance et sur des nouvelles ressources, ont concerné au total 29 fréquences.

5 176 fréquences étant exploitées par 839 opérateurs privés au 31 décembre 2015, dont 883 par 173 opérateurs de catégorie B et 571 par 69 opérateurs de catégorie C, le paysage radiophonique, en particulier local, a donc connu une évolution marginale en 2015 dans la mesure où le parc de fréquences des radios de catégorie B et C n'a pas évolué.

Les décisions d'autorisation prises par le Conseil en 2015 n'ont pu avoir d'effets sur les dynamiques des marchés publicitaires locaux comme le confirment les analyses spécifiques à la suite.

Le Conseil devra reproduire 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

Après avoir délivré en bande III des décisions d'autorisation à des éditeurs de service de radio numérique terrestre (RNT) le 15 janvier 2013 à Paris, Marseille et Nice et, le même jour, à un distributeur de tels services de radio numérique en bande L et fixé, le 20 novembre 2013, la date de démarrage des émissions de RNT au 20 juin 2014, le Conseil a procédé à l'agrément des sites de diffusion puis observé le démarrage de ces émissions.

Les éditeurs autorisés en bande III ont été regroupés en 19 multiplex. Un opérateur de multiplex a été désigné pour 14 des 19 multi-

plex. Le Conseil a constaté un démarrage progressif des émissions de 13 des 14 multiplex. Mi-décembre 2015, 94 programmes étaient diffusés :

- 32 en catégorie A ;
- 18 en catégorie B ;
- 42 en catégorie D ;
- 2 en catégorie E.

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

Ces autorisations n'ont pas encore d'impact notable sur les marchés liés à l'exploitation de services de radio, principalement le marché publicitaire radiophonique car leur auditoire en RNT demeure très limité ainsi qu'il sera exposé plus loin. En revanche, les autorisations emportent un impact pour les titulaires qui les exploitent car ils doivent faire face aux coûts de la diffusion de la RNT.

Cet impact pourrait évoluer à la suite de la publication par le Conseil d'un calendrier de déploiement de la RNT sur d'autres zones.

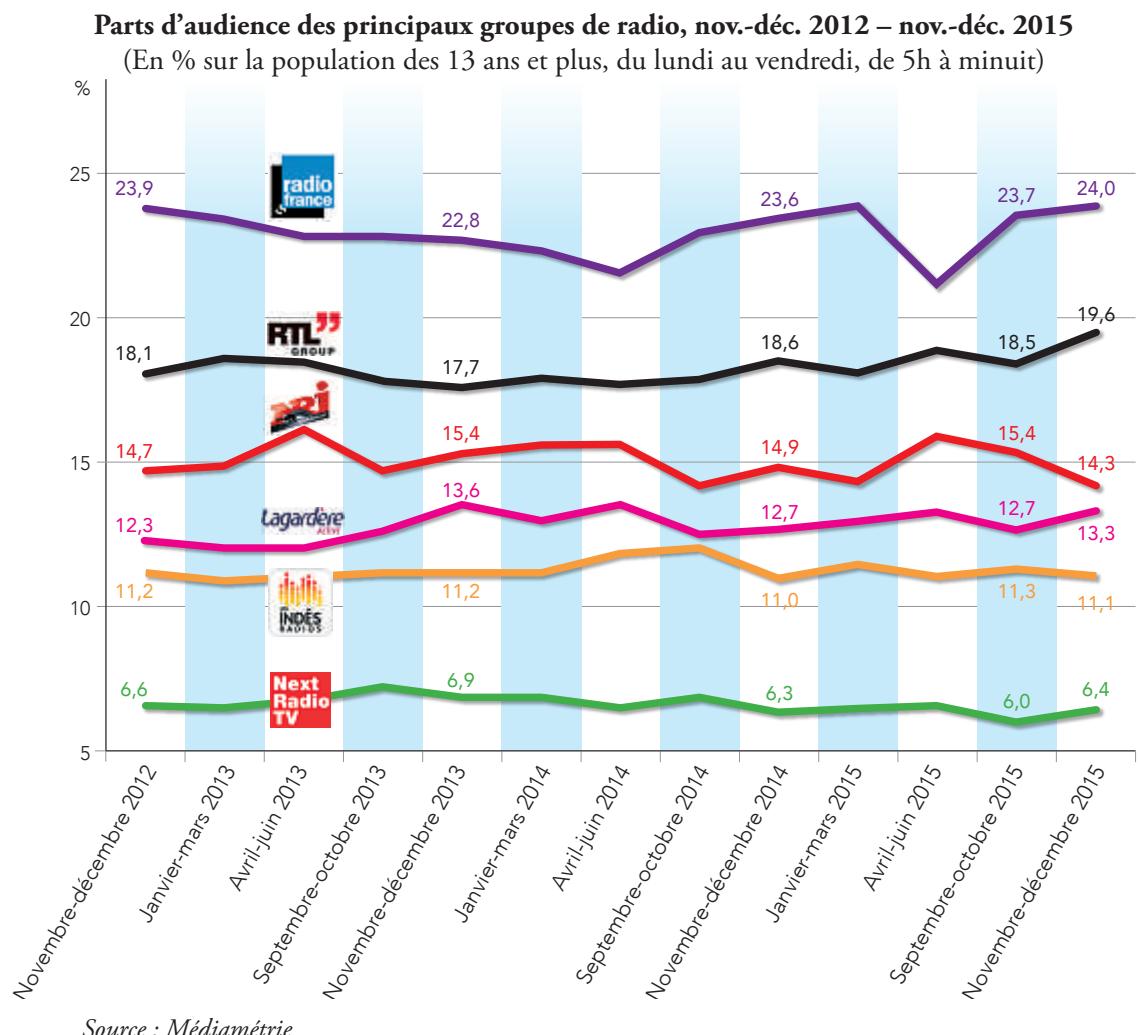
C'est donc sur le court et le moyen terme, et non sur la seule année 2015, que l'impact des récentes décisions du Conseil en matière de diffusion numérique de la radio, mais également de celles qu'il sera amené à prendre, doit être étudié. Cet exercice pluriannuel permettra au Conseil de dégager les lignes de force et les éventuelles limites du développement de la RNT et de ses décisions en tenant compte non seulement de la période particulière du début de la diffusion des services sur seulement trois zones mais aussi d'une période de maturité de ces services.

## Les audiences

### Au niveau national

En 2015, l'écoute de la radio n'a que très peu évolué par rapport à 2014, avec une évolution minime de la durée d'écoute par auditeur et une audience cumulée en baisse sur 2 vagues et en hausse sur les deux autres. Les principaux équilibres ont toutefois été bouleversés puisque RTL est désormais en première position sur l'indicateur de l'audience cumulée (12 % en novembre-décembre 2015), détrônant NRJ (11,7 %) et devançant toujours France Inter (10,4 %) et Europe 1 (9,1 %).

En ce qui concerne les parts d'audience, Radio France demeure premier groupe et se redresse de manière nette en fin d'année (24 % en novembre-décembre) après un deuxième trimestre difficile (21,3 %). Le groupe RTL, à la deuxième place, voit sa part d'audience augmenter progressivement sur presque tout le long de l'année. Le groupe NRJ, à la troisième place, suit une dynamique inverse, avec un deuxième semestre à haut niveau (16 %), et un dernier plus bas (14,3 %). Lagardère, à la quatrième place, est constant, de même que le GIE Les Indés Radio qui confirme sa stabilité en 2015, bien qu'un peu inférieur à l'année précédente. Quant au groupe NextRadioTV, sa part d'audience baisse légèrement en vague 3



mais reste constante sur l'année et par rapport à 2014.

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 mesurable. De plus, compte tenu du caractère récent et géographiquement circonscrit du lancement de la RNT, il est de toute façon 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).

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. Par ailleurs, les bornes temporelles de la mesure peuvent mélanger une période durant laquelle la diffusion des services n'a pas commencé (avant autorisation en janvier 2014) et une seconde période où la diffusion effective a débuté (après le mois de janvier), ne permettant pas une appréciation robuste des évolutions de l'audience.

### Le marché publicitaire

D'un montant de 726 M€ en 2014, les recettes publicitaires de la radio ont diminué de 1,4 % par rapport à 2013, soit pour la troisième année consécutive de baisse.

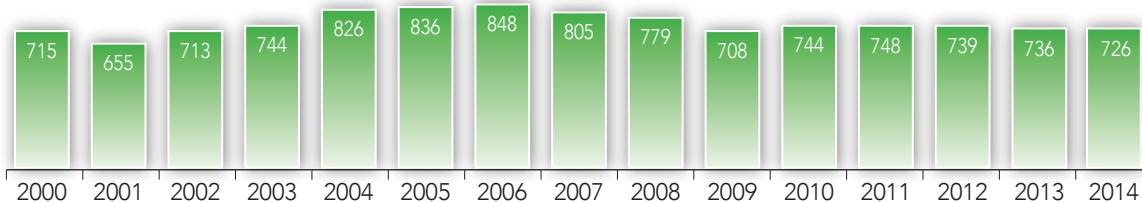
Sur les trois dernières années, la radio présente une légère baisse de ses recettes publicitaires (-1 % en moyenne annuelle), dans un contexte de contraction plus marquée des recettes publicitaires plurimédias (-1,4 % entre 2013 et 2014 et -2,5 % en moyenne annuelle entre 2011 et 2014).

Cette résistance relative tient notamment 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...

Pour l'année 2015 la tendance est de nouveau orientée à la baisse. Les dernières estimations portant sur les recettes publicitaires des radios nationales, s'établissent entre -1,2 % et -1,5 % (IREP le 1<sup>er</sup> février 2016). Au sein du marché publicitaire plurimédias (télévision, presse, affichage, radio, cinéma, internet), la part des recettes affectée à la radio demeure stable, à 7 %.

Le marché publicitaire radio se compose pour la plus grande partie de campagnes publicitaires nationales (78 % des recettes publicitaires du média en 2014) et minoritairement de campagnes locales (22 % des recettes publicitaires en 2014). Cet équilibre demeure également stable sur une longue période.

### Recettes publicitaires nettes de la radio (en millions d'euros)



Source : IREP

### Les positions des acteurs<sup>1</sup>

La moitié des recettes publicitaire en radio nationale est assurée par les groupes NRJ et RTL (24 % de parts de marché (PDM) brutes en 2015 chacun). Les deux groupes sont suivis par Lagardère (18 % de PDM brute en 2015), Nextradio TV (14 % de PDM brute en 2015) et le groupement Les Indés Radios (13 % de PDM brute en 2015). 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 ses espaces publicitaires

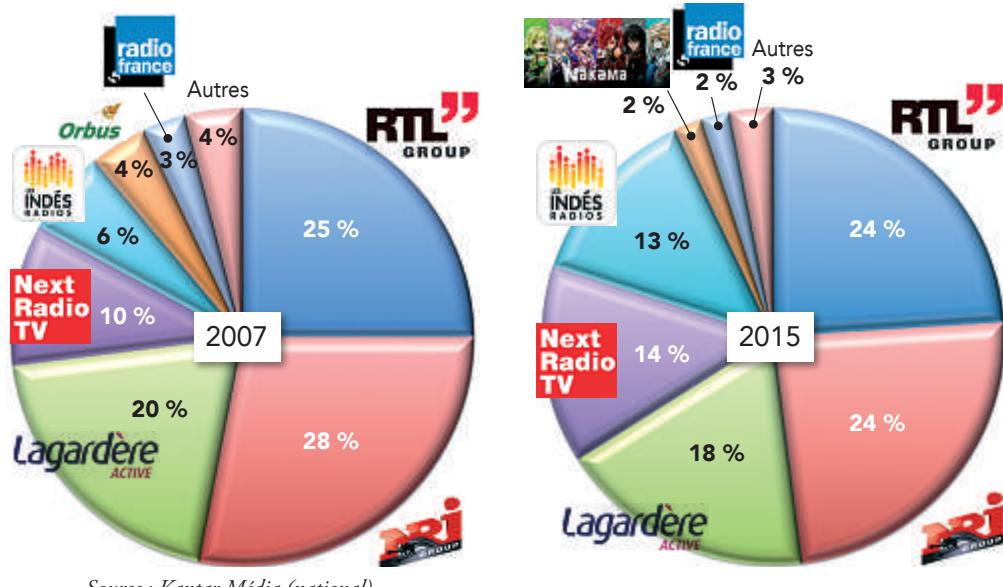
(2009). En 8 ans, leur PDM brute a plus que doublé, passant de 6 % en 2007 à 13 % en 2015.

De même, le groupe Nextradio TV a significativement progressé, passant d'une PDM brute de 10 % en 2007 à 14 % en 2015.

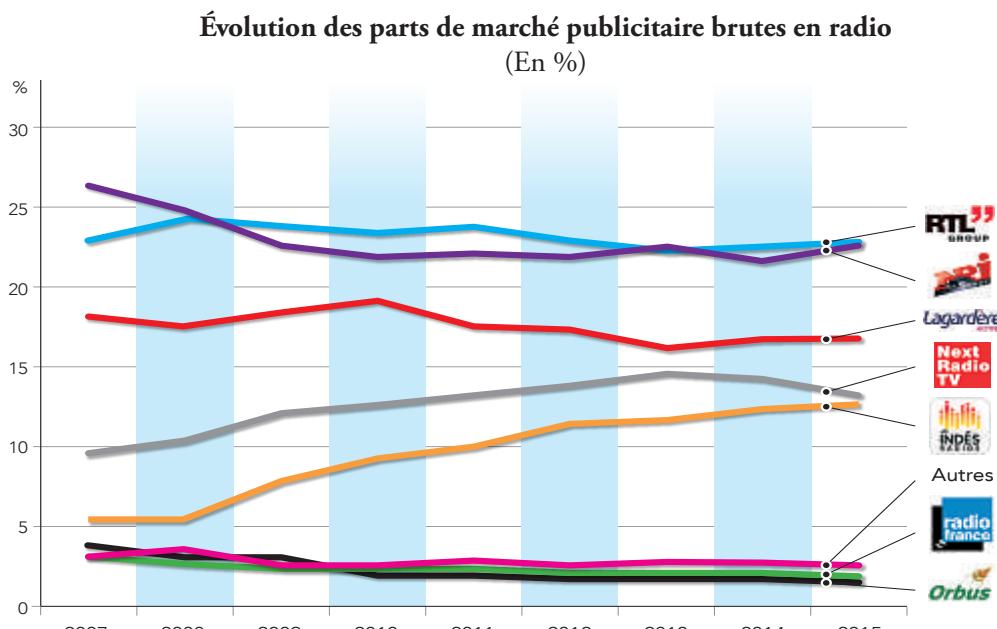
*A contrario*, on assiste à une diminution pour les trois premiers groupes radio (-1 point pour RTL, -2 points pour Lagardère et -4 points pour NRJ).

La composition du marché publicitaire radiophonique laisse donc apparaître un certain équilibre entre les opérateurs, qui tend à se stabiliser ces dernières années.

**Parts de marché publicitaire brutes en radio  
(En %)**



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



Source : Kantar Média (national)

## Le marché des récepteurs compatibles RNT

En 2015, la part des récepteurs compatibles avec la RNT par rapport à l'ensemble des ventes de récepteurs de radio (hors autoradios vendus montés avec un véhicule neuf) a progressé par rapport à 2014. Toutefois, elle demeure faible (nettement inférieure à 5 %). Par ailleurs, compte tenu de la faible couverture de la RNT en 2015, le cumul des ventes de récepteurs compatibles avec la RNT induit un faible équipement des foyers : certains acteurs de la RNT estiment que le parc de récepteurs RNT (y compris autoradios) avoisinait 300 000 unités en 2015. Il en résulte que l'audience des services reçus en RNT est pour l'instant limitée.

## Surveillance de la concentration

Le Conseil doit évaluer la somme des populations recensées dans les zones desservies par

des réseaux autorisés en analogique, essentiellement en FM, pour vérifier le respect par les éditeurs des dispositions de l'article 41 de la loi relative à la liberté de communication. En l'absence de méthode unique d'évaluation de la zone géographique couverte par un réseau hertzien, le Conseil a adopté le 11 décembre 2013 une délibération fixant les paramètres qu'il utilise pour évaluer, par simulations numériques, dans un premier temps, la zone géographique couverte par un réseau hertzien, en s'appuyant sur les recommandations de l'Union internationale des télécommunications et, dans un second temps, la population couverte.

Au 1<sup>er</sup> octobre 2015, les couvertures estimées par le Conseil sont indiquées dans le tableau de la page suivante (la population prise en compte étant la population légale au 1<sup>er</sup> janvier 2015).

Au regard de l'attribution des fréquences au 1<sup>er</sup> octobre 2015 et du contrôle des titulaires d'autorisation, il apparaît que nul n'est actuellement titulaire d'une ou plusieurs autorisations relatives à des services de radio dont l'audience potentielle cumulée terrestre

| Groupe       | Radio            | Population couverte en FM complétée par l'AM<br>(en millions d'habitants) | Population couverte par le groupe<br>(en millions d'habitants) |
|--------------|------------------|---|--|
| NRJ Group    | NRJ              | 36  | 118  |
|              | Chérie FM        | 28  |  |
|              | Nostalgie        | 31  |  |
|              | Rire et Chansons | 23  |  |
| RTL Group    | Fun Radio        | 31  | 111,5  |
|              | RTL2             | 28,5  |  |
|              | RTL              | 52  |  |
| Nextradio TV | BFM Business     | 17,5  | 55,5   |
|              | RMC              | 38  |  |
| Lagardère    | Virgin Radio     | 33  | 114,5  |
|              | Europe 1         | 51,5  |  |
|              | RFM              | 30  |  |
| Nakama       | Skyrock          | 30  | 30   |

dépasse 20 % des audiences potentielles cumulées de l'ensemble des services de radio, publics ou autorisés, diffusés par voie hertzienne terrestre.

## PERSPECTIVES

L'analyse des effets, notamment économiques, des décisions d'autorisation prises par le Conseil en 2015 au titre des dispositions de l'article 18 de la loi du 30 septembre 1986 fait toujours apparaître des situations différentes selon les secteurs de la radio ou de la télévision.

Il ressort que les décisions adoptées en 2015 par le Conseil en matière de diffusion analogique de la radio n'ont pas eu d'impact notable sur les équilibres globaux du secteur. Quant à la RNT, son impact n'est pour le moment pas marqué sur les marchés de la publicité radiophonique, il faudra attendre plusieurs années que le processus de déploiement engagé produise des effets mesurables. En matière de télévision, une situation contrastée continue de se dessiner entre la

TNT payante et la TNT gratuite. La pérennité de l'offre payante est fragilisée.

L'offre gratuite a poursuivi son enrichissement à l'occasion des attributions de fréquences à six nouvelles chaînes en haute définition en 2012 qui continuent leur progression en matière d'audience, et les différentes opérations de consolidation du secteur observées au cours des dix dernières années pourraient faire évoluer à court et moyen termes les équilibres de la télévision gratuite. Adoptées dans un contexte économique difficile et incertain, les décisions d'autorisation prises par le Conseil 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, certaines d'entre elles connaissant en outre une progression notable, a conduit à des modifications sensibles des équilibres du marché publicitaire et à une intensification de la tension sur les prix, dans un contexte de contraction des investissements des annonceurs.





## *Indépendance et performance de l'audiovisuel public*

L'article 3-1 de la loi du 30 septembre 1986 prévoit que le Conseil garantit l'indépendance et l'impartialité du secteur public de la communication audiovisuelle. Depuis la loi du 15 novembre 2013, il nomme à nouveau les présidents des sociétés nationales de programme.

Le 8 avril 2015, le Conseil a nommé M<sup>me</sup> Delphine Ernotte-Cunci présidente de France Télévisions, fonction qu'elle occupe depuis le 22 août.

En parallèle des rapports qu'il a établis sur le respect des cahiers des missions et des charges de chaque société, le Conseil a communiqué au Gouvernement des avis sur les rapports d'exécution de leurs contrats d'objectifs et de moyens (COM). Il a également rendu, le 25 novembre, un avis sur le projet de COM de Radio France pour la période 2015-2019, qui formule dix recommandations sur la couverture, les antennes, la cohésion sociale et la gestion de l'entreprise publique.

## LES NOMINATIONS

### La présidence de France Télévisions

Conformément à la loi du 15 novembre 2013 relative à l'indépendance de l'audiovisuel public qui a restauré son pouvoir en matière de nomination des dirigeants de l'audiovisuel public, le Conseil a adopté le 4 février 2015 une résolution relative aux modalités de nomination du président de la société France Télévisions (dépôt des candidatures, présentation d'un projet stratégique, publication du nombre de candidats, établissement d'une liste restreinte de candidats à auditionner, etc.).

Il a ainsi procédé le 1<sup>er</sup> avril 2015 à l'ouverture des plis contenant les trente-trois candidatures à la présidence de France Télévisions. Il a ensuite établi la liste restreinte des candidats qu'il souhaitait auditionner, cette liste n'étant rendue publique que si aucun des candidats retenus ne s'y opposait. Puis le Conseil a décidé, le 8 avril 2015, de fixer la durée et le déroulement des auditions et de transmettre, aux personnes invitées à être entendues, une déclaration sur l'honneur à lui remettre signée.

Au terme de cette procédure, le Conseil a nommé, le 23 avril 2015, M<sup>me</sup> Delphine Ernotte-Cunci à la présidence de France Télévisions pour une durée de 5 ans à compter du 22 août 2015. Il a publié sur son site internet sa décision de nomination motivée

ainsi que le projet stratégique de Delphine Ernotte-Cunci.

Le 3 février 2016, le Conseil d'État a rejeté les recours dont il avait été saisi au sujet de cette nomination. Il a considéré, d'une part, que la procédure de sélection des candidats avait été régulière et, d'autre part, que le CSA n'avait pas commis d'erreur manifeste d'appréciation en estimant que M<sup>me</sup> Ernotte-Cunci satisfaisait au double critère de compétence et d'expérience fixé par la loi pour présider France Télévisions.

### Les administrateurs

Les articles 47-1, 47-2, 47-3 et 50 de la loi du 30 septembre 1986 confient au CSA la mission de nommer certains responsables des organismes du secteur public de l'audiovisuel. Plusieurs nominations sont intervenues à ce titre en 2015.

#### Nomination d'une personnalité indépendante au conseil d'administration de la société France Télévisions

Le 28 juillet 2015, le Conseil a décidé de nommer M. Benoît Thieulin en qualité d'administrateur de la société France Télévisions, au titre des personnalités indépendantes, pour une durée de cinq ans, à compter du 5 septembre 2015, en remplacement de M. Dominique Wolton.

## Nomination d'une personnalité indépendante au conseil d'administration de la société Radio France

Le 14 octobre 2015, en application de l'article 47-2 de la loi du 30 septembre 1986, le Conseil a décidé de nommer M<sup>me</sup> Michèle Reiser dans les fonctions de membre du conseil d'administration de la société Radio France, au titre des personnalités indépendantes, en remplacement de M<sup>me</sup> Muriel Mayette-Holtz, appelée à d'autres fonctions.

## Nomination d'une personnalité qualifiée au conseil d'administration de l'Institut national de l'audiovisuel

M<sup>me</sup> Nathalie Sonnac, membre du conseil d'administration de l'INA, ayant remis son mandat à la suite de sa nomination au CSA par le président de l'Assemblée nationale le 26 janvier 2015, le Conseil a décidé, le 4 février 2015, en application de l'article 50 de la loi du 30 septembre 1986, de la remplacer au conseil d'administration de l'INA en nommant M<sup>me</sup> Catherine Demier, au titre des personnalités qualifiées, pour une durée de cinq ans.

## LE SUIVI DE L'ACTIVITÉ DES GROUPES

### France Télévisions

#### Rapport sur le respect du cahier des missions et des charges pour 2014

Le Conseil a procédé, le 29 juillet 2015, à l'examen du rapport portant sur le respect du cahier des charges de France Télévisions.

S'agissant de l'équation financière de France Télévisions en 2014, le Conseil a noté que la société publique avait été confrontée à une baisse de ses ressources, tant publiques que publicitaires.

(117)

Malgré ses contraintes financières, France Télévisions a maintenu un haut niveau d'investissement en faveur de la création. Le Conseil a relevé que le groupe public avait ainsi investi plus de 396 M€ en faveur de la production d'œuvres audiovisuelles européennes et d'expression originale française et qu'il a également investi plus de 62 M€ dans les œuvres cinématographiques.

En 2014, les chaînes du groupe France Télévisions ont par ailleurs globalement respecté l'ensemble de leurs obligations de

diffusion, qu’elles soient quantitatives ou qualitatives.

Le Conseil a mis à la disposition du public le rapport relatif à l’exécution du cahier des charges de France Télévisions au titre de l’année 2014<sup>1</sup>.

### Audition de la présidente de France Télévisions

Le 25 novembre 2015, le Conseil a procédé à l’audition de la présidente de France Télévisions afin que celle-ci puisse, notamment, présenter les premières mesures mises en œuvre pour mener la réalisation de son projet stratégique.

### Avis n° 2015-25 du 9 décembre 2015 relatif au rapport d’exécution pour l’année 2014 de l’avenant au contrat d’objectifs et de moyens de la société nationale de programmes France Télévisions

En application de l’article 53 de la loi du 30 septembre 1986, le Conseil a rendu un avis sur l’exécution du contrat d’objectifs et de moyens (COM) de France Télévisions pour l’année 2014.

L’avis du Conseil a été publié au *Journal officiel* du 5 janvier 2016.

Cet avis prend acte des efforts engagés par le groupe public pour mieux différencier la

grille de France 2 et de France 3 et pour proposer une programmation plus ambitieuse et originale, en écho aux recommandations formulées par le Conseil en décembre 2014 dans son rapport quadriennal. Cet avis souligne également les risques qui pèsent sur la situation financière de l’établissement qui n’a, à ce stade, pas rempli l’ensemble des objectifs de gestion fixés par le COM.

### Radio France

### Rapport sur le respect du cahier des missions et des charges pour 2014

Le 2 décembre 2015, le Conseil a examiné le rapport portant sur le respect du cahier des charges de Radio France. À cette occasion, il s’est montré particulièrement attentif à la situation financière de la radio publique.

Le Conseil a ainsi relevé que les ressources de l’entreprise avaient peu progressé et que les charges d’exploitation avaient connu en revanche une augmentation plus rapide. En 2014 et pour la première fois, l’entreprise a ainsi affiché un résultat net déficitaire.

En 2014, les stations du groupe Radio France ont globalement respecté l’ensemble de leurs obligations en ce qui concerne les programmes. En revanche, le Conseil a constaté que les audiences de France Info et de France Inter étaient en baisse et a réitéré son souhait de voir se stabiliser la ligne éditoriale de Mouv’. Il a par ailleurs regretté que la part de la chanson française soit en constante diminution sur Mouv’ et sur France Inter.

1) Voir <http://www.csa.fr/Etudes-et-publications/Les-comptes-rendus-et-les-bilans/Les-comptes-rendus-et-les-bilans-des-chaines-de-télévision-publiques-et-privees>.

Le Conseil a également noté que l'année 2014 s'était caractérisée par l'ouverture, les 14 et 16 novembre, de nouveaux espaces dans la Maison de la Radio : l'auditorium, le studio 104 et les halls. Depuis cette date, Radio France peut de nouveau accueillir un large public dans le cadre d'émissions, de concerts et d'évènements.

Enfin, le Conseil a rappelé son souhait de voir le cahier des charges de la société Radio France révisé, certaines dispositions présentant des insuffisances au regard des autres sociétés de l'audiovisuel public.

L'ensemble des observations formulées par le Conseil est détaillé dans un rapport public disponible sur le site internet du Conseil<sup>1</sup>.

## Audition du président de Radio France

Le Conseil a entendu, le 2 septembre 2015, le président de Radio France dans le cadre de l'audition qu'il organise annuellement pour examiner le bilan de l'année précédente.

## Avis n° 2015-22 du 25 novembre 2015 relatif au projet de contrat d'objectifs et de moyens de la société nationale de programme Radio France pour la période 2015-2019

Conformément à l'article 53 de la loi du 30 septembre 1986, le Conseil est appelé à rendre un avis sur le projet de contrat d'objectifs et de moyens qui devait être conclu

entre l'État et la société nationale de programme Radio France pour la période 2015-2019.

Le projet de COM a été transmis pour avis au Conseil le 26 octobre 2015 par le ministère de la Culture et de la Communication. Dans le cadre de son avis, le Conseil a noté que la mise en œuvre des grands axes stratégiques assignés à l'entreprise et traduits dans le COM avaient fait l'objet d'une forte concertation avec les salariés de Radio France, ce qui a permis la production d'un document porté collectivement.

L'avis rendu par le Conseil comportait également des recommandations notamment sur la couverture, les antennes, la cohésion sociale et la gestion de l'entreprise.

Cet avis a été publié au *Journal officiel* du 9 décembre 2015.

(119)

## Avis n° 2015-23 du 2 décembre 2015 relatif au rapport d'exécution pour l'année 2014 du du contrat d'objectifs et de moyens entre l'État et Radio France

Les résultats de l'exécution du COM de Radio France pour l'exercice 2014 présentaient de nombreuses similitudes avec ceux de 2013. Le Conseil a en effet relevé que les objectifs du COM avaient été partiellement respectés au cours de l'année 2014. Sur les 36 indicateurs cibles, il a noté que 11 n'avaient pas été atteints en 2014.

1) Voir <http://www.csa.fr/Etudes-et-publications/Les-comptes-rendus-et-les-bilans/Les-comptes-rendus-et-les-bilans-des-radio-publiques>.

Il s'agissait d'indicateurs relatifs à l'audience, à la programmation musicale, au nombre d'accidents déclarés et au développement durable.

L'avis du Conseil est disponible au *Journal officiel* du 16 décembre 2015.

## France Médias Monde

### Rapport sur le respect du cahier des missions et des charges pour 2014

Le 16 septembre 2015, le Conseil a procédé à l'examen du rapport portant sur le respect du cahier des missions et des charges de France Médias Monde.

Il a relevé, à cette occasion, que l'entreprise était confrontée à une contrainte financière consécutive à une diminution des dotations publiques et il a estimé que cette situation pourrait éventuellement limiter les actions de l'entreprise quant au maintien de sa présence et de son rang dans le monde.

Le Conseil a également noté, pour l'année 2014, le renforcement de l'offre de programmes notamment celle s'adressant à un public étranger, ainsi que le développement d'émissions d'apprentissage de la langue française et de promotion de la culture française.

Il a également relevé que le groupe France Médias Monde avait enregistré une hausse de fréquentation de ses applications numériques (sites internet, réseaux sociaux).

En 2014, France Médias Monde a respecté l'ensemble de ses obligations en matière de programmes.

Le rapport complet est disponible sur le site internet du Conseil<sup>1</sup>.

### Audition de la présidente de France Médias Monde

Le Conseil a entendu, le 23 septembre 2015, la présidente de France Médias Monde dans le cadre de l'audition qu'il organise annuellement pour examiner le bilan de l'année précédente.

### Avis n° 2015-18 du 30 septembre 2015 relatif au rapport d'exécution pour l'année 2014 du contrat d'objectifs et de moyens entre l'État et France Médias Monde

En application de l'article 53 de la loi, le Conseil a rendu le 30 septembre 2015 un avis sur la mise en œuvre des engagements souscrits par France Médias Monde pour l'exercice 2014, au titre du contrat d'objectifs et de moyens (COM) conclu le 9 avril 2014 et portant sur la période 2013-2015. L'avis du Conseil a été publié au *Journal officiel* daté du 17 octobre 2015.

Le Conseil y donne un *satisfecit* global pour la bonne exécution du COM en 2014.

Sont notamment relevées :

- la préservation de l'équilibre financier de la société dans un contexte de baisse des ressources publiques qui lui étaient attribuées ;
- la mise en place (le 1<sup>er</sup> juin 2015) d'un sous-titrage de deux journaux télévisés de France 24 au titre de l'obligation d'accès

<sup>1)</sup> <http://www.csa.fr/Etudes-et-publications/Les-comptes-rendus-et-les-bilans/Les-comptes-rendus-et-les-bilans-des-chaines-de-télévision-publiques-et-privees>

sibilité aux personnes sourdes ou malentendantes - répondant ainsi à l'attente exprimée par le Conseil dans son avis du 17 décembre 2014 sur le rapport d'exécution du COM pour 2013 ;

- la coopération avec les autres sociétés de l'audiovisuel public - le Conseil estimant cependant que la coopération avec France Télévisions pourrait être renforcée.

Le Conseil exprime enfin toute l'attention qu'il porte à la nécessité de doter France Médias Monde de ressources publiques lui permettant d'assumer ses missions au service de la France et de ses valeurs, lequel suppose notamment que soit mis en œuvre le projet d'une version hispanophone de France 24.

## **Institut national de l'audiovisuel**

En application de l'article 18 de la loi du 30 septembre 1986, le Conseil établit chaque

année un rapport public portant sur le respect de ses obligations de l'Institut national de l'audiovisuel (INA).

Pour l'année 2014, le Conseil a relevé que les objectifs du COM ont été respectés.

Le 4<sup>e</sup> contrat d'objectifs et de moyens de l'institut a été signé le 21 décembre 2015 par la ministre de la Culture et de la Communication et M. Laurent Vallet, président-directeur général de l'INA. Il accompagne l'évolution nécessaire des missions de l'institut avec notamment la création d'une plateforme de contenus culturels, un projet immobilier rénové, un rôle renforcé dans l'éducation, la formation et l'expertise informatique. Il s'agira également pour l'INA de « moderniser sa gestion sociale, financière et immobilière » et de développer ses activités à l'international et en région.



## *Coopération européenne et internationale*

À l'échelle européenne, l'année 2015 a été marquée par les premiers travaux en vue d'une révision de la directive européenne *Services de médias audiovisuels*.

Le Conseil y a participé en répondant à la consultation lancée par la Commission européenne à ce sujet au début du second semestre et en poursuivant son action au sein du Groupe européen des régulateurs (ERGA) qu'Olivier Schrameck a présidé jusqu'à la fin de l'année 2015.

La coopération multilatérale menée par le Conseil s'est poursuivie au sein des réseaux de régulateurs européens, francophones et des pays méditerranéens. Comme chaque année, plusieurs dizaines de délégations étrangères ont été accueillies au CSA. À plusieurs reprises, le président, les membres du Collège et certains collaborateurs se sont rendus à l'étranger, pour des réunions internationales ou des missions d'expertise.

## LES COOPÉRATIONS ET CONVERGENCES AU SEIN DE L'UNION EUROPÉENNE

### L'évolution du cadre réglementaire européen

Dans la continuité de la réflexion initiée en 2013 sur l'adaptation de la réglementation européenne à l'heure de la convergence, la Commission européenne a lancé au début de l'année 2015 une évaluation de la directive *Services de médias audiovisuels* (SMA) destinée à préciser son adéquation avec le nouvel environnement audiovisuel. Cette évaluation s'inscrit dans le cadre du programme REFIT (*Regulatory Fitness and Performance*) visant à rendre la législation européenne plus performante, avec comme objectif d'obtenir une révision de la directive SMA en 2016.

À ce titre, la Commission a engagé au second semestre 2015 une consultation publique sur la directive SMA intitulée *Un cadre pour les médias au 21<sup>e</sup> siècle*. Cette consultation portait en particulier sur les champs d'application matérielle et géographique de la directive, la protection des publics, la promotion et le financement de la création européenne, le renforcement du marché unique, le pluralisme des médias, l'accès à l'information, l'accessibilité aux personnes handicapées et les communications commerciales.

Le Conseil y a participé en proposant une réponse en sus de celle des autorités fran-

çaises. Il s'y déclare favorable à une révision du cadre juridique européen permettant de garantir des conditions de concurrence équitables entre les différents acteurs, notamment en étendant le périmètre de la directive aux intermédiaires numériques auxquels serait appliquée un jeu de règles adaptées. Le Conseil souligne également les limites de l'application du principe du pays d'origine et la nécessité de circonscrire les effets des stratégies d'optimisation fiscale et de contournement des réglementations nationales lorsque des services ciblent spécifiquement un État membre. Il rappelle en outre la nécessité de maintenir un niveau global de protection élevé en matière de règles sur les contenus, quel que soit le support, et propose d'inclure la notion d'indépendance des régulateurs au sein de la directive SMA. Dans le cadre de la lutte contre les discours de haine et le terrorisme, le Conseil propose enfin une révision et une précision des critères de compétence de la directive relatifs aux chaînes extracommunautaires.

### L'ERGA

La réflexion sur l'évolution du cadre réglementaire européen a également été au cœur des travaux du Groupe européen des régulateurs de services de médias audiovisuels (ERGA). Créé le 3 février 2014 par la Commission européenne, ce groupe rassemble les présidents des autorités de régulation des 28 États membres de l'Union européenne. Il a pour objet de conseiller la Commission sur toutes les questions liées au domaine de l'audiovisuel.

## 14 avril 2015 : réunion à Paris

Les travaux de l'ERGA sur l'évolution du cadre réglementaire européen ont principalement porté sur l'évolution des champs d'application de la directive SMA, sur l'indépendance des autorités de régulation et sur la protection des mineurs.

La troisième réunion plénière du groupe, tenue le 14 avril 2015 à Paris à l'invitation du Conseil, y a été consacrée. Elle a également été l'occasion, à la suite des attentats ayant endeuillé Paris et Copenhague en janvier et février 2015, d'adopter une déclaration commune sur la liberté d'expression, réaffirmant le caractère fondamental de ce droit et le soutien indéfectible et solidaire des membres de l'ERGA à sa défense.

La fin de l'année 2015 a marqué le terme de la présidence d'Olivier Schrameck et l'aboutissement des travaux du groupe sur la quasi-totalité des thématiques. Le 15 décembre 2015, l'ERGA a ainsi adopté trois rapports :

- sur l'extension du champ d'application de la directive SMA aux nouveaux acteurs issus du monde numérique,
- sur l'indépendance des autorités de régulation de l'audiovisuel,
- sur la protection des mineurs à l'heure de la convergence.

Ils soulignent les évolutions en cours au sein du secteur audiovisuel et formulent des recommandations à destination de la Commission européenne.



© R.Meignieux/CSA.

Réunion du groupe européen des régulateurs (ERGA), le 14 avril 2015 à Paris, à l'invitation du CSA.

## L'extension du champ d'application de la directive SMA aux nouveaux acteurs issus du monde numérique

Dans son rapport, l'ERGA envisage la possibilité d'étendre le champ d'application de la directive SMA à d'autres acteurs que les chaînes de télévision et les services de vidéo à la demande tels que les sites internet et les chaînes numériques. De nouveaux acteurs polymorphes ont en effet émergé avec la numérisation de l'économie. Ils bousculent les positions établies et ont acquis une place déterminante dans le secteur audiovisuel. Ces intermédiaires numériques occupent une position sur la chaîne de valeur qui doit être prise en compte pour préserver un équilibre satisfaisant entre innovation, bénéfice pour les utilisateurs et objectifs publics. Ces nouveaux acteurs intermédiaires regroupent les plateformes de partage, les fabricants de terminaux, les magasins d'applications, les éditeurs de systèmes d'exploitation, les réseaux sociaux ou encore les moteurs de recherche qui sont autant de « gardiens d'accès » (*gatekeepers*) aux contenus. L'ERGA estime qu'il serait opportun de les intégrer dans le champ de la régulation audiovisuelle, en leur appliquant des obligations proportionnées, en vue d'atteindre les objectifs de politique publique audiovisuelle.

## L'indépendance des régulateurs

L'ERGA a souhaité s'emparer de la question de l'indépendance des régulateurs. Le Gouvernement a lui-même traité ce sujet en renforçant l'indépendance du CSA par la loi sur l'indépendance du service public du 15 novembre 2013.

Le 21 octobre 2014, l'ERGA avait adop-

té une déclaration commune soulignant le caractère fondamental de l'indépendance des autorités de régulation audiovisuelle, dans laquelle il s'engageait à mener une réflexion sur ce thème en vue de la révision de la directive SMA. L'actuelle directive n'oblige pas explicitement les États membres à mettre en place un organisme de régulation indépendant, comme le fait notamment la directive européenne applicable au secteur des télécommunications. Or, l'indépendance des autorités de régulation audiovisuelle est un élément essentiel de leur efficacité. Elle contribue à l'accomplissement de leurs missions fondamentales de promotion de la liberté de communication, de protection des téléspectateurs et de garantie d'un environnement concurrentiel efficace et stable du secteur. C'est pour cela qu'il est nécessaire de veiller à ce que ces autorités soient en mesure de mener à bien leurs missions sans orientation ou interférence de la part d'intérêts politiques ou commerciaux.

L'ERGA a donc proposé à la Commission de prévoir dans la directive révisée une disposition imposant l'indépendance des régulateurs.

## La protection des mineurs

La protection des mineurs représente un enjeu essentiel de la régulation européenne. Il est apparu en effet indispensable de mener une réflexion sur les enjeux de la régulation en la matière au regard de la convergence des médias et des nouveaux usages qui y sont associés. Le rapport de l'ERGA identifie les défis et obstacles de la protection des mineurs face aux évolutions des médias et formule des préconisations en vue de mettre en place un niveau minimum de protection commun aux États membres de l'Union européenne.

À compter de 2016, le Groupe est présidé par la présidente de l'autorité de régulation des Pays-Bas, Madeleine de Cock Buning. Après ses deux années de présidence, Olivier Schrameck en assure la vice-présidence, au côté de la présidente de l'autorité croate, Mirjana Rakic, nouvellement élue.

## 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.

### 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 2015.

Les réunions tenues à Berne (13-15 mai) et à Nuremberg (28-30 octobre) ont donné lieu à des travaux sur la pérennité des écosystèmes de financement des contenus audiovisuels en Europe et sur les moyens de garantir le pluralisme des médias et la diversité des contenus. Au titre de la présidence de l'ERGA, la com-

plémentarité et l'utilité de la coopération entre les deux réseaux ont été soulignées. 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 sa conférence des présidents à Abidjan les 15 et 16 juin derniers sur le thème de la régulation de la communication audiovisuelle à l'ère du numérique et des nouveaux médias.

À l'issue des travaux, les participants ont adopté la feuille de route du Réseau pour les années 2016 et 2017, retenant comme thèmes prioritaires les médias audiovisuels de service public, l'impact du numérique sur la production et la diffusion audiovisuelle – et plus globalement, l'affirmation de l'inscription du REFRAM dans le cadre de la stratégie de la Francophonie numérique, la protection des droits d'auteur dans la communication audiovisuelle et la conservation des archives audiovisuelles. Il a en outre été décidé que le Réseau apporterait sa contribution et participerait aux activités thématiques de l'Organisation internationale de la Francophonie en rapport avec le secteur de l'audiovisuel, notamment en matière d'égalité hommes-femmes, de protection des mineurs ou de régulation en période électorale.

À l'issue de la conférence, la présidence du REFRAM a été confiée pour deux ans à M. Ibrahim Sy Savané, président de la Haute Autorité de la communication audiovisuelle de Côte-d'Ivoire. M. Philipp Metzger, direc-

teur général de l'Office fédéral de la communication suisse, a été élu à la vice-présidence.

## Le Réseau des institutions de régulation méditerranéennes (RIRM)

Le Réseau des institutions de régulation méditerranéennes (RIRM) a tenu sa 17<sup>e</sup> assemblée plénière les 1<sup>er</sup> et 2 octobre 2015 à Split, en Croatie.

Les thèmes de l'éducation aux médias, de la représentation des migrants dans les médias, du pluralisme en période électorale et des stéréotypes de genre dans les communications commerciales ont été au centre des travaux. Un groupe de travail a été créé lors de la réunion sur la refonte des statuts du RIRM, avec comme objectif de préciser les modes de gouvernance et de revivifier l'activité de ce réseau.

En 2015, la présidence du Réseau était assurée par l'autorité de régulation mauritanienne, la Haute Autorité de la presse et de l'audiovisuel, présidée par M. Hamoud Ould M'hamed.

À l'issue de la réunion de Split, la présidence a été confiée pour un an à l'autorité de régulation croate, l'*Agency for Electronic Media*, présidée par M<sup>me</sup> Mirjana Rakić, et la vice-présidence à l'autorité de régulation espagnole, la *Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia*, présidée par M. José María Marín Quemada.

128

## La coopération bilatérale

Le Conseil accueille chaque année des délégations étrangères souhaitant connaître son rôle et son fonctionnement. Il délègue 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 à des rencontres ou des colloques internationaux dans le domaine de la régulation audiovisuelle.

## Les visites de délégations étrangères

En 2015, le Conseil a accueilli 31 délégations ou personnalités étrangères venant des zones suivantes :

- Afrique (15)
- Asie (4)
- Amérique (2)
- Europe (5)
- Moyen-Orient (5)

Comme les années précédentes, ces visites ont essentiellement porté sur la régulation de l'audiovisuel en France et le rôle du CSA, le pluralisme et la gestion du spectre (passage au tout numérique, RNT).

## Les missions à l'étranger

Au cours de l'année 2015, le Président, les membres ou les collaborateurs du Conseil ont représenté le Conseil à l'étranger lors de 29 missions dans les pays suivants :

- Belgique - Missions Union européenne et ERGA.
- Suisse - Colloque sur la radio numérique de l'Union européenne de radio-télévision (UER) ; Conférence mondiale des radiocommunications (CMR) ; Conférence de l'*European Broadcasting Union* (EBU) et EPRA.
- Lettonie - Conférence de la présidence lettone de l'Union européenne.
- Espagne - Salon professionnel sur la télévision connectée.
- États-Unis - Salon du *National Association of Broadcasters*.
- Tunisie - Conférence sur la réforme de la loi sur la communication tunisienne.
- Singapour - Salon *Broadcast Asia*.
- Danemark - Séminaire technique sur la télévision numérique.
- Croatie - Préparation et tenue de l'assemblée plénière du RIRM.
- Côte-d'Ivoire - Conférence des présidents du REFRAM.
- Allemagne - EPRA et réunion tripartite (avec les régulateurs allemands et anglais).
- Chypre - Rencontre avec le régulateur chypriote sur les chaînes extra-communautaires.





## *Relations institutionnelles et communication*

Le CSA s'acquitte de l'ensemble de ses obligations de compte rendu destinées à informer les pouvoirs publics de son action.

Le Parlement étant à l'origine de sa légitimité, il répond à ses sollicitations, que celles-ci soient inscrites dans la loi ou qu'elles interviennent de façon ponctuelle, à l'occasion de travaux législatifs notamment.

Par ailleurs, le Conseil participe à de nombreuses réunions organisées par le Gouvernement ou les instances administratives. En 2015, il a été ainsi associé aux travaux du ministère de la Culture et de la Communication, du ministère de l'Éducation nationale et du ministère des Affaires sociales, de la Santé et des Droits des femmes, ainsi que de la Mission interministérielle de lutte contre les drogues et les conduites addictives (MILDECA). Il a également été en lien avec le Défenseur des droits, le Contrôleur général des lieux de privation de liberté et la Commission nationale consultative des droits de l'homme.

Enfin, il communique sur son action au cours de conférences de presse et de colloques, ainsi qu'à travers de nombreux documents publiés sur ses sites internet.

Le site csa.fr a été, cette année, le support de la diffusion en direct de nombreuses auditions publiques.

## LES RELATIONS AVEC LE PARLEMENT

Le Conseil entretient des liens étroits avec le Parlement, auquel il rend compte de son action. Depuis la loi du 15 novembre 2013 relative à l'indépendance de l'audiovisuel public, le Parlement désigne les membres du Conseil, à l'exception de son président.

### Désignation de deux nouveaux membres du CSA

En remplacement de Françoise Laborde, Christine Kelly et Emmanuel Gabla, dont les mandats étaient parvenus à échéance, les présidents des assemblées parlementaires ont désigné chacun un nouveau membre du CSA, selon la nouvelle procédure issue de la loi du 15 novembre 2013 qui prévoit notamment que le nombre de membres du Conseil doit être progressivement réduit de 9 à 7. L'article 4 de la loi du 30 septembre 1986 modifiée dispose que « *le Conseil supérieur de l'audiovisuel comprend sept membres nommés par décret du Président de la République. Trois membres sont désignés par le Président de l'Assemblée nationale et trois membres par le Président du Sénat. Dans chaque assemblée parlementaire, ils sont désignés en raison de leurs compétences (...) après avis conforme de la commission permanente chargée des affaires culturelles statuant à bulletin secret à la majorité des trois cinquièmes des suffrages exprimés.* »

En application de ce texte, le président de l'Assemblée nationale a proposé la candidature de M<sup>me</sup> Nathalie Sonnac. La Commission des affaires culturelles et de l'éducation a auditionné M<sup>me</sup> Sonnac le 14 janvier 2015 et a approuvé ce choix.

En parallèle, la Commission de la culture du Sénat a confirmé, ce même 14 janvier, le choix de Nicolas Curien, candidat désigné par le président du Sénat.

En conséquence, le Président de la République a nommé Nathalie Sonnac et Nicolas Curien par décret du 26 janvier 2015.

## Information du Parlement

### Le rapport annuel du Conseil

Les relations entre le régulateur et le Parlement concernent en premier lieu le rapport annuel de l'institution, qui rend compte de l'activité du Conseil et qui, comme la loi le demande, est adressé et présenté au Parlement lors d'une audition du président du Conseil. En 2015, cette audition de M. Olivier Schrameck a eu lieu le 7 avril 2015 à l'Assemblée nationale et le 6 mai 2015 au Sénat.

### Les relevés des temps de parole des personnalités politiques

Les questions relatives au pluralisme des courants de pensée et d'opinion sont aussi au cœur des relations entre le Conseil et le Parlement. Afin d'assurer la bonne information des députés et sénateurs, le Conseil adresse chaque mois, par courrier, 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'informations, et les magazines et les autres émissions des programmes.

## Les rapports spécifiques

Le Conseil publie régulièrement, à la demande du Parlement ou du Gouvernement notamment, des rapports sur les différents dossiers qu'il suit. Ceux-ci peuvent prendre la forme de bilans ou avoir un caractère plus prospectif. En 2015, le CSA a adressé au Parlement les rapports suivants :

- *Rapport annuel relatif à l'accessibilité des programmes de télévision aux personnes handicapées et à la représentation du handicap à l'antenne - Exercice 2015.*
- *Rapport d'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 - Exercice 2014.*
- *Rapport sur l'élection des conseillers départementaux des 22 et 29 mars 2015.*
- *État des lieux de la présence des associations et fondations sur l'antenne des médias audiovisuels.*
- *Rapport d'application de la délibération du 26 juin 2012 relative aux conditions de contribution des services de télévision diffusant des programmes sportifs à la lutte contre le dopage.*
- *Exercice 2013 - Évolution des modes de diffusion de la radio : quel rôle pour la radio numérique terrestre ?*

## Les auditions

Les lois organique et ordinaire du 15 novembre 2013 relatives à l'indépendance de l'audiovisuel public ont restitué au CSA le pouvoir de nomination des présidents des sociétés nationales de programme. La loi prévoit aussi qu'un avis motivé sur les résultats de chaque société nationale de programme est établi quatre ans après l'entrée en fonction de son président et qu'il est adressé aux commissions parlementaires.

Le Conseil a ainsi adopté, en décembre 2014, un avis motivé sur les résultats de France Télévisions (2010-2014). Ce bilan quadriennal a donné lieu à l'audition, le 13 janvier 2015, du président du Conseil et de Sylvie Pierre-Brossolette, membre du Conseil et présidente du groupe de travail chargé de l'audiovisuel public, par les commissions compétentes de l'Assemblée nationale et du Sénat.

Après l'annonce de la nomination de M<sup>me</sup> Ernotte-Cunci, le 23 avril 2015, et la publication de son projet stratégique, Olivier Schrameck a répondu aux questions des parlementaires lors d'une audition à l'Assemblée nationale, le 26 mai 2015, sur les modalités de désignation des présidents des sociétés de l'audiovisuel public.

Le président du CSA a également été entendu, le 10 février 2015, par la Commission de la culture, de l'éducation et de la communication et la Commission des affaires économiques du Sénat, sur le dossier de la libération de la bande 700 MHz et ses conséquences, à la suite de l'avis que le CSA avait rendu en novembre 2014 sur la modification du tableau de répartition de la bande de fréquences, décidée par le Gouvernement. Olivier Schrameck a développé notamment les conséquences techniques et financières de la réaffectation de cette bande de fréquences, les questions relatives au calendrier de ce transfert et aux mesures législatives et budgétaires susceptibles de le faciliter.

À la suite de la décision prise par le Conseil, le 14 octobre 2015, d'abroger l'autorisation de diffusion accordée le 3 juillet 2012 à la société Diversité TV pour la diffusion de la chaîne Numéro 23, le président Olivier Schrameck a été auditionné, le 20 octobre 2015, par la Commission de la culture, de l'éducation et de la communication du Sénat.

Le Conseil a aussi répondu aux questions posées par la commission d'enquête sénatoriale « *sur le bilan et le contrôle de la création, de l'organisation, de l'activité et de la gestion des autorités administratives indépendantes* », afin de compléter l'information des membres de la commission sur l'organisation et le fonctionnement du Conseil ainsi que sur les moyens dont il dispose pour l'exercice de ses missions. Le président du Conseil a été entendu sur ce point, le 7 juillet 2015, par la commission d'enquête.

La question de la possible suppression de la publicité commerciale dans les programmes jeunesse de la télévision publique a donné lieu à l'audition de Sylvie Pierre-Brossolette et des services du Conseil :

- au Sénat le 8 octobre par M<sup>me</sup> Bouchoux, vice-présidente de la Commission de la culture, de l'éducation et de la communication,
- à l'Assemblée nationale le 8 décembre par M<sup>me</sup> Michèle Bonneton, membre de la Commission des affaires économiques.

Le Conseil a également été sollicité par la Commission des affaires culturelles et de l'éducation pour l'établissement du rapport pour avis de M. Jacques Cresta pour les crédits figurant au compte des concours financiers « *Avances à l'audiovisuel public* » sur les crédits, pour l'année 2016, de la mission « Médias, livre et industries culturelles ». Les services du Conseil ont été auditionnés sur le sujet le 14 octobre 2015.

Pour la pleine information du Parlement sur son budget, le régulateur a également répondu aux questions posées par M<sup>me</sup> Claudine Lepage et M. Jean-Pierre Leleux au titre de la Commission de la culture, de l'éducation et de la communication du Sénat, dans le cadre de l'examen du projet de loi de finances pour 2016.

## LES RELATIONS AVEC LES COLLECTIVITÉS TERRITORIALES

À l'occasion de la réorganisation de ses services, le Conseil a décidé de s'engager dans une dynamique de renversement de perspective de l'action publique à partir des territoires, afin de mieux prendre en compte les enjeux locaux.

L'action du Conseil s'est inscrite notamment par la création d'un Secrétariat général aux territoires (SGAT), qui a pour mission de « *donner une dimension territoriale plus accentuée à la régulation et intensifier la relation du CSA avec l'ensemble des radios et des télévisions, notamment* ». Il est chargé, en lien étroit avec les autres directions du Conseil, de la coordination et de l'animation du réseau des comités territoriaux de l'audiovisuel (CTA), antennes du CSA en région.

Dans ce contexte, le CTA de Toulouse a organisé le 29 octobre 2015, à la Faculté de droit et de science politique de Toulouse, un colloque intitulé *Nouvelle organisation territoriale de la République : nouveaux enjeux pour la communication locale ?*

Ce colloque, porté et animé par la présidente du CTA, M<sup>me</sup> Dominique Bonmati, avait pour objectif de rassembler des acteurs du monde économique, politique ou culturel des régions Languedoc-Roussillon et Midi-Pyrénées, pour esquisser, dans leur diversité, leurs contrastes et leurs antagonismes, les contours des enjeux, nouveaux ou récurrents, de la récente réforme territoriale pour la communication audiovisuelle locale.

Cet événement a rencontré un large succès, avec notamment la participation active d'élus tels que M. Martin Malvy, président du Conseil régional Midi-Pyrénées, et M<sup>me</sup> Josiane Collerais, vice-présidente de la région Languedoc-Roussillon.

## **LES RELATIONS AVEC LE GOUVERNEMENT ET LES ADMINISTRATIONS**

### **Les travaux liés aux évolutions de la plateforme TNT**

Les travaux relatifs à la libération de la bande 700 MHz au secteur des communications électroniques ont conduit à de nombreux échanges en 2015 avec le Parlement (voir ci-dessus), le Gouvernement et des administrations de l'État.

Le CSA a également écrit à plusieurs reprises au Premier ministre pour l'informer ou l'alerter, quand il l'a estimé nécessaire, sur les difficultés liées à ce projet. Il a, en outre, rendu plusieurs avis au Gouvernement, notamment sur les projets de textes réglementaires pris en application de la loi du 14 octobre 2015 relative au deuxième dividende numérique et à la poursuite de la modernisation de la télévision numérique terrestre.

Par ailleurs, des échanges réguliers ont eu lieu avec le cabinet et les services du Premier ministre, le ministère de la Culture et de la Communication, le secrétariat d'État en charge de l'Économie numérique, le ministère du Budget, l'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes (ARCEP) et l'Agence nationale des fréquences (ANFr), dans le cadre notamment

de comités de pilotage du projet, qui se sont tenus au moins une fois par mois.

### **La collaboration avec les ministères et les établissements publics**

#### **Ministère de l'Éducation nationale**

Le Conseil a collaboré avec le ministère de l'Éducation nationale à la *Semaine de la presse et des médias dans l'école*, organisée par le CLEMI.

Il a également participé au jury du Concours national de la résistance et de la déportation, qui remet un « prix CSA » dans la catégorie « travaux audiovisuels ». (135)

#### **Ministère des Affaires sociales, de la Santé et des Droits des femmes**

Le Conseil a travaillé avec le ministère des Affaires sociales, de la Santé et des Droits des femmes dans le cadre de la mise en œuvre du plan canicule et du comité de suivi du programme national de réduction du tabagisme.

#### **Ministère de la Culture et ministère des Affaires sociales, de la Santé et des Droits des femmes**

Le Conseil a collaboré activement avec le ministère de la Culture et le ministère des Affaires sociales, de la Santé et des Droits des femmes dans le cadre de la mise en œuvre de la loi du 4 août 2014.

## Secrétariat d'État chargé des personnes handicapées et de la lutte contre l'exclusion

Le Conseil a travaillé en partenariat avec le secrétariat d'État des personnes handicapées et de la lutte contre l'exclusion pour s'assurer de la bonne application de la charte visant à favoriser la formation et l'insertion professionnelles des personnes handicapées dans le secteur de l'audiovisuel.

## Mission interministérielle de lutte contre les drogues et les conduites addictives (MILDECA)

Un représentant des services du Conseil a participé pendant l'année 2015 au groupe de travail sur les conditions de promotion de l'alcool piloté par la Mission interministérielle de lutte contre les drogues et les conduites addictives (MILDECA). Ce groupe de travail a mené de nombreuses auditions d'acteurs de la santé, de l'industrie de l'alcool et des représentants de l'univers des médias et de la communication en vue de remettre des propositions au Premier ministre.

## Agence nationale des fréquences

En application des articles R 20-44-12 et R 20-44-13 du Code des postes et des communications électroniques, le CSA est représenté au conseil d'administration de l'Agence nationale des fréquences (ANFr). Il participe activement à ses travaux, et notamment à ceux des commissions consultatives qui lui sont rattachées. L'année 2015 a été marquée par de

nombreux échanges, dans le cadre notamment des travaux de libération de la bande 700 MHz, s'agissant par exemple de la préparation du cadre réglementaire ou des actions de communication ; le CSA a ainsi participé aux nombreuses conférences de presse organisées par l'ANFr. Il a également pris part à la Conférence mondiale des radiocommunications de 2015, au sein de la délégation française présidée par Jean-Pierre Le Pesteur, président du conseil d'administration de l'ANFr.

## Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC)

Le Conseil est en relation régulière avec le CNC afin d'échanger sur les sujets communs aux deux institutions relatifs à la production audiovisuelle et cinématographique. Ainsi, en 2015, ont été notamment évoquées au cours de réunions communes :

- la transparence des devis de production,
- la réforme du soutien au documentaire, notamment sur les aides apportées aux documentaires produits pour les télévisions locales,
- la réforme des décrets relatifs au soutien au développement de la production audiovisuelle intervenue en avril 2015, ainsi que celle des décrets relatifs au soutien au développement de la production cinématographique consécutive à la signature d'accords avec les professionnels par Canal + et OCS.

## LES RELATIONS AVEC LES AUTORITÉS INDÉPENDANTES

### Le Défenseur des droits

Le CSA s'est joint à la mobilisation souhaitée par le Défenseur des droits pour la défense

de l'égalité contre le racisme. À ce titre, le Conseil a participé activement à l'alimentation de la plateforme numérique « [egalite-contreleracisme.fr](#) » et est membre du comité de suivi de cette initiative.

Dans le cadre de la convention qui les lie, le Conseil a par ailleurs répondu à une demande du Défenseur des droits afin de le renseigner sur différents aspects relatifs au journalisme d'investigation, aux reportages en immersion et en matière d'affaires judiciaires.

Enfin, le Conseil a nommé, le 30 septembre 2015, la Défenseure des enfants auprès du Défenseur des droits parmi les huit personnalités qui constituent le comité d'experts du jeune public, dont la mission est d'examiner des sujets relatifs à la protection de l'enfance dans les médias audiovisuels, d'analyser des programmes susceptibles de soulever des interrogations et d'accompagner les travaux du groupe de travail en charge de la protection du jeune public.

## **Le Contrôleur général des lieux de privation de liberté (CGLPL)**

Le groupe de travail « Respect des droits et libertés » a, le 9 novembre 2015, rencontré M<sup>me</sup> Adeline Hazan, Contrôleur général des lieux de privation de liberté afin d'échanger autour des problématiques liées au droit à l'oubli des personnes détenues ou en réinsertion.

## **La Commission nationale consultative des droits de l'homme (CNCDH)**

Le Conseil a contribué à alimenter le rapport 2015 sur la lutte contre le racisme, l'antisémitisme et la xénophobie que la Commission

nationale consultative des droits de l'homme (CNCDH) présente au Premier ministre. Pour ce faire, il lui a adressé, comme chaque année, une note relative à son action dans le domaine de la lutte contre le racisme, l'antisémitisme, la xénophobie et les discriminations.

## **LES ÉVÉNEMENTS**

### **Le colloque « *Audiovisuel comment représenter la diversité de la société française ?* »**

« *Comment mieux représenter la diversité de notre société* » dans l'audiovisuel ? Pas moins de 200 personnes sont venues en débatte mardi 6 octobre 2015 au CSA, à l'invitation d'Olivier Schrameck. Ce rendez-vous, animé par Mémona Hintermann-Afféjee et Nicolas About, présidente et vice-président du groupe de travail « Diversité », a mobilisé un grand nombre d'acteurs pour identifier les moyens de faire progresser la diversité dans l'audiovisuel, autour de quatre tables rondes sur les thèmes suivants :

- les bonnes pratiques : expériences nationales et européennes
- comment mieux représenter la diversité des origines dans les productions françaises ?
- le principe d'une juste représentation de la diversité de la société française est-il transposable à la radio ?
- la lutte contre les stéréotypes et les amalgames.

Des artistes, des producteurs, des élus, des chercheurs, des dirigeants de groupes de médias ont analysé les enjeux et témoigné de leur engagement. Delphine Ernotte, présidente de France Télévisions, a présenté des orientations pour le groupe public et Patrick

Kanner, ministre de la Ville, de la Jeunesse et des Sports, a clôturé le colloque, diffusé en direct sur le site internet du CSA.

## LA COMMUNICATION ET LES RELATIONS AVEC LA PRESSE

Deux entités travaillent en étroite collaboration à la communication du CSA. La cellule « Communication » attachée au cabinet coordonne les relations presse du président du CSA et celles des conseillers. Le cabinet et la Direction de l'information et de la communication institutionnelle (DICI) portent et animent de concert la stratégie de communication institutionnelle du CSA. La communication digitale (sites internet et réseaux sociaux Twitter, Facebook et LinkedIn) est également le fruit de la collaboration entre ces deux entités.

La cellule « Communication » organise les interventions des membres du Conseil dans les médias. Elle donne de la visibilité à leurs actions à travers la réalisation des dossiers et des communiqués de presse et la diffusion des décisions du CSA qu'elle adresse à la presse et qui sont également publiées sur le site internet du Conseil comme sur les réseaux sociaux.

Pour répondre aux médias, la cellule « Communication » bénéficie du concours et de l'expertise des services du Conseil sur des questions aussi diverses que le cadre réglementaire de la programmation des chaînes et des radios, l'attribution des fréquences, les nominations auxquelles procède l'institution ou encore les rapports et études qu'elle publie.

En outre, un important travail de veille média est effectué au quotidien sur l'en-

semble des secteurs couverts par les missions du Conseil. Ainsi pour l'année 2015, on dénombre, 7 724 articles sur le CSA, dont 2 434 en presse écrite, 1 067 en télévision, 2 102 en radio et 2 121 sur internet.

La cellule « Communication » et la DICI ont organisé :

- 3 conférences de presse ;
- 9 événements ouverts à la presse : vœux du Conseil, signature d'une charte, réunion de l'ERGA, colloque au CSA : « Comment mieux représenter la diversité de la société française dans les médias audiovisuels ? »;
- 5 auditions publiques dans les locaux du Conseil ;
- le relais des interventions publiques du président Olivier Schrameck : Salon de la Radio, 3<sup>es</sup> Rencontres des programmes de flux de l'INA, colloque « Les Piliers de la transformation numérique », colloque « Éditeurs, distributeurs : quel avenir pour la télévision payante ? », 12<sup>e</sup> Journée de la création TV.

Par ailleurs, la DICI développe au quotidien les relations avec le grand public, les acteurs institutionnels et les professionnels. Elle a répondu notamment aux 8 906 courriels, lettres et appels téléphoniques reçus au cours de l'année 2015. Elle réalise et publie différents outils de communication : documents, brochures, rapport annuel, guides à destination des téléspectateurs, des auditeurs et des acteurs institutionnels...

La DICI anime la communication interne du CSA. En 2015, elle l'a dynamisée avec notamment l'organisation de plusieurs événements :

- rencontres informelles avec des experts extérieurs pour enrichir la formation et les connaissances des collaborateurs ;
- manifestations de formation et de cohésion (ateliers/rencontres).

Une exposition sur le handicap à l'écran a permis d'aborder la question de la diversité.

## LES PUBLICATIONS

### Rapports, comptes rendus, études

De nombreux documents ont été adoptés par le Conseil en 2015, puis publiés sur son site internet :

- *Rapport sur les chaînes du groupe Canal+ (D8, D17, i>Télé et Canal+) - Année 2013* (8 janvier)
- *Rapport sur la société France Médias Monde (RFI, France 24, MCD, France Médias Monde) – Année 2013* (8 janvier)
- *La télévision participative (ou télévision sociale) en 2014* (12 janvier)
- *Évolution des modes de diffusion de la radio : quel rôle pour la radio numérique terrestre ?* (21 janvier)
- *Baromètre de la présence des femmes à la télévision – Vague 2014* (6 février)
- *La télévision de ratrappage : une pratique installée, une économie en devenir* (13 février)
- *Rapport d'application de la délibération du 26 juin 2012 relative aux conditions de contribution des services de télévision diffusant des programmes sportifs à la lutte contre le dopage – Exercice 2013* (17 février)
- *Bilan de l'activité des services de médias audiovisuels à la demande en 2013* (11 mars)
- *Le court métrage* (30 mars)
- *Rapport annuel 2014* (3 avril)
- *Guide des chaînes numériques 2015* (27 avril)
- *Études d'impact réalisées dans le cadre de la demande de passage en TNT gratuite des chaînes LCI, Paris Première et Planète + (juillet 2014)* (30 avril)
- *Étude d'impact sur la modification des conventions des chaînes D8 et D17 (janvier 2015)* (30 avril)
- *Étude d'impact sur les décisions d'autorisation d'usage de la ressource radioélectrique sur le fondement de l'article 31 de la loi du 30 septembre 1986* (27 mai)
- *Les programmes traitant de l'actualité musicale sur les radios à dominante musicale* (6 juillet)
- *Étude d'impact préalable au lancement d'un appel aux candidatures radio sur la zone de Rouen* (8 juillet)
- *Étude d'impact sur la demande d'agrément de modification du contrôle de la société Diversité TV France SAS* (29 juillet)
- *Rapport sur l'élection des conseillers départementaux des 22 et 29 mars 2015* (22 décembre)
- *Etat des lieux de la présence des associations et fondations sur l'antenne des médias audiovisuels* (31 juillet)
- *Performances de la fiction en Europe en 2014* (9 septembre)
- *Étude d'impact préalable au lancement d'un appel aux candidatures sur la zone de Lorient* (16 septembre)
- *Les résultats de la vague 2015 du baromètre de la diversité à la télévision* (12 octobre)
- *Obligations quantitatives (diffusion) des chaînes hertziennes nationales gratuites et du service Canal + - Exercice 2014* (3 novembre)
- *La diversité des producteurs sollicités par les groupes historiques de services de télévision – 2010-2013* (6 novembre)
- *Obligations quantitatives (production) des chaînes hertziennes nationales – Exercice 2014* (6 novembre)
- *Utilisation du « couloir dépendant » dans la contribution au développement de la production audiovisuelle – Pratique des diffuseurs en 2013* (13 novembre)

- *Les chiffres clés de la production audiovisuelle 2014* (13 novembre)
- *Les chiffres clés de la production cinématographique 2014* (13 novembre)
- *Les chiffres clés de l'audiovisuel français – Édition du premier semestre 2015* (17 novembre)
- *Études d'impact réalisées dans le cadre de la demande de passage en TNT gratuite des chaînes LCI, Paris Première et Planète + (novembre 2015)* (23 novembre)
- *Réponse du CSA à la consultation de la Commission européenne sur la directive Services des médias audiovisuels – Un cadre pour les médias du 21<sup>e</sup> siècle* (25 novembre)
- *Bilan financier 2014 des chaînes nationales gratuites* (27 novembre)
- *Bilan 2014 des émissions de gaz à effet de serre : le CSA a réduit ses émissions GES de 8 %* (30 novembre)
- *Les résultats du baromètre 2015 de la diversité concernant l'équilibre homme/femme* (3 décembre)
- *L'équipement audiovisuel des foyers au deuxième trimestre 2015* (4 décembre)
- *Rapport d'application de la charte visant à promouvoir une alimentation et une activité physique favorables à la santé dans les programmes et publicités diffusés à la télévision – Exercice 2014* (7 décembre)
- *Les chiffres clés de l'audiovisuel français – Édition du second semestre 2015* (14 décembre)
- *Nouvelles fréquences FM en région Rhône-Alpes* (18 décembre)
- *L'équipement audiovisuel des foyers au troisième trimestre 2015* (22 décembre).

140

## **Le site internet du Conseil**

Si le site internet du CSA, [www.csa.fr](http://www.csa.fr), a enregistré un peu moins de visites que l'année précédente (909 523 visites en 2015, elles dépassaient le million en 2014), le nombre de pages vues a été en augmentation de plus de 4 % (3 427 376 pages vues).

Les pages les plus consultées restent celles qui donnent des informations pratiques sur la réception de la télévision et de la radio : la page *La réception de la TNT par l'antenne râteau* a été consultée 76 523 fois (+ 20 % par rapport à 2014), celle présentant les chaînes hertziennes terrestres a fait l'objet de 75 713 connexions, les formulaires *Ma couverture TNT* et *Ma radio FM* ont été utilisés respectivement environ 212 500 et 71 000 fois.

Le 8 septembre 2015, le site *Éducation et médias* a fait peau neuve. Répondant désormais au nom de *Clés de l'audiovisuel*, afin de mieux informer sur son contenu, il est conçu de façon adaptative (*responsive*). Il apporte chaque mois des éléments de réponse à une question en lien avec l'actualité des médias et fait intervenir des experts sur de nombreux sujets.



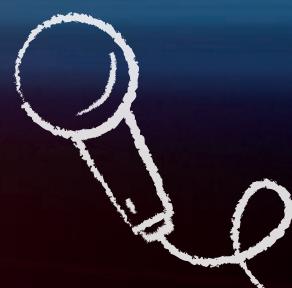
Début décembre, le CSA s'est associé à la campagne d'information en vue du passage à la TNT HD en publiant, sur la page d'accueil de son site, un visuel de la campagne qui redirige l'internaute vers le site *Tous à la TNT haute définition*. Une rubrique particulière a été créée sur ce sujet dans les pages intérieures du site.



Tout au long de l'année, le CSA s'est attaché à retransmettre en vidéo, sur son site internet, certains des grands événements de son activité :

- les auditions publiques des responsables des chaînes LCI, Paris Première et Planète+ dans le cadre de leur demande de passage en TNT gratuite,
- celles des candidats déclarés recevables à la suite de l'appel à candidatures TNT HD,
- l'audition de M. Pascal Houzelot en raison de la procédure de sanction engagée à l'encontre de la chaîne Numéro 23,
- les vidéos des principales conférences de presse ou du colloque du 6 octobre 2015 sur la représentation de la diversité de la société française dans les médias audiovisuels,
- l'ensemble des interventions au colloque organisé par le Conseil sur le thème *Audiovisuel : comment mieux représenter la diversité de notre société*, le 6 octobre 2015.





## 7 *Organisation et fonctionnement*

Pour mieux s'adapter aux évolutions de ses missions, en particulier issues de la loi du 15 novembre 2013, le Conseil a procédé à une réorganisation de ses services dont la finalité est de rapprocher les missions technologiques, administratives et relatives aux contenus des médias radio et télévisuels.

Un Secrétariat général aux territoires a été créé pour fluidifier les relations avec les seize comités territoriaux de l'audiovisuel (CTA) présents en province et outre-mer.

Le statut d'autorité publique indépendante a doté, depuis fin 2013, le Conseil d'une plus grande autonomie financière : les membres du Collège délibèrent désormais du budget et un agent comptable effectue un contrôle des dépenses. Dans une démarche de rationalisation des coûts, le Conseil a poursuivi l'optimisation de ses procédures d'achat. Ses effectifs sont, comme en 2014, de 297 personnes, dont 55 % de femmes. Une politique volontariste a permis une amélioration sensible du nombre d'agents en situation de handicap. L'audit mené à la fin de l'année à la suite de l'obtention, en 2012, du label Diversité, s'est révélé positif.

## UNE NOUVELLE ORGANISATION DES SERVICES

Une réforme de l'organisation des services a été décidée pour s'adapter aux évolutions des missions du Conseil issues en particulier de la loi du 15 novembre 2013<sup>1)</sup>.

La réorganisation des services du Conseil a pour finalité de pouvoir travailler, au plus grand bénéfice du secteur audiovisuel, sur les dossiers de manière décloisonnée, en rapprochant les missions technologiques, administratives et relatives aux contenus en matière de médias radio et télévisuels. Elle doit également permettre de tirer les conséquences qui s'imposent du transfert de compétences décisionnelles aux comités territoriaux de l'audiovisuel (CTA) et de trouver les moyens adéquats de traiter la question des nouveaux médias et services.

Dans ce contexte cette réforme répond à trois objectifs :

- rapprocher les missions de gestion des fréquences, des conventions et des contenus, dans une logique de guichet commun pour les opérateurs : c'est le sens de la création d'une direction des médias télévisuels et d'une direction des médias radio, en lieu et place de la direction des opérateurs audiovisuels et de la direction des technologies ;
- donner davantage de place aux missions essentielles que la loi confie au CSA dans ses relations avec les opérateurs publics et au service des téléspectateurs : c'est le sens de la création d'un département « Secteur public », d'un département « Cohésion sociale » et d'un département « Protection des publics » au sein de la direction des

programmes ; on notera également, s'agissant de la relation au public, la création d'une direction de l'information et de la communication institutionnelle en charge notamment du suivi des plaintes ;

- donner une dimension territoriale plus accentuée à la régulation et intensifier la relation du CSA avec l'ensemble des radios et des télévisions locales : c'est le sens de la création du Secrétariat général aux territoires, ainsi que de la mise en place d'une cellule outre-mer.

Enfin, elle répond au souhait de redonner des perspectives de carrière à l'ensemble des agents du Conseil.

## LE SECRÉTARIAT GÉNÉRAL AUX TERRITOIRES ET LES CTA

### Les comités territoriaux de l'audiovisuel (CTA)

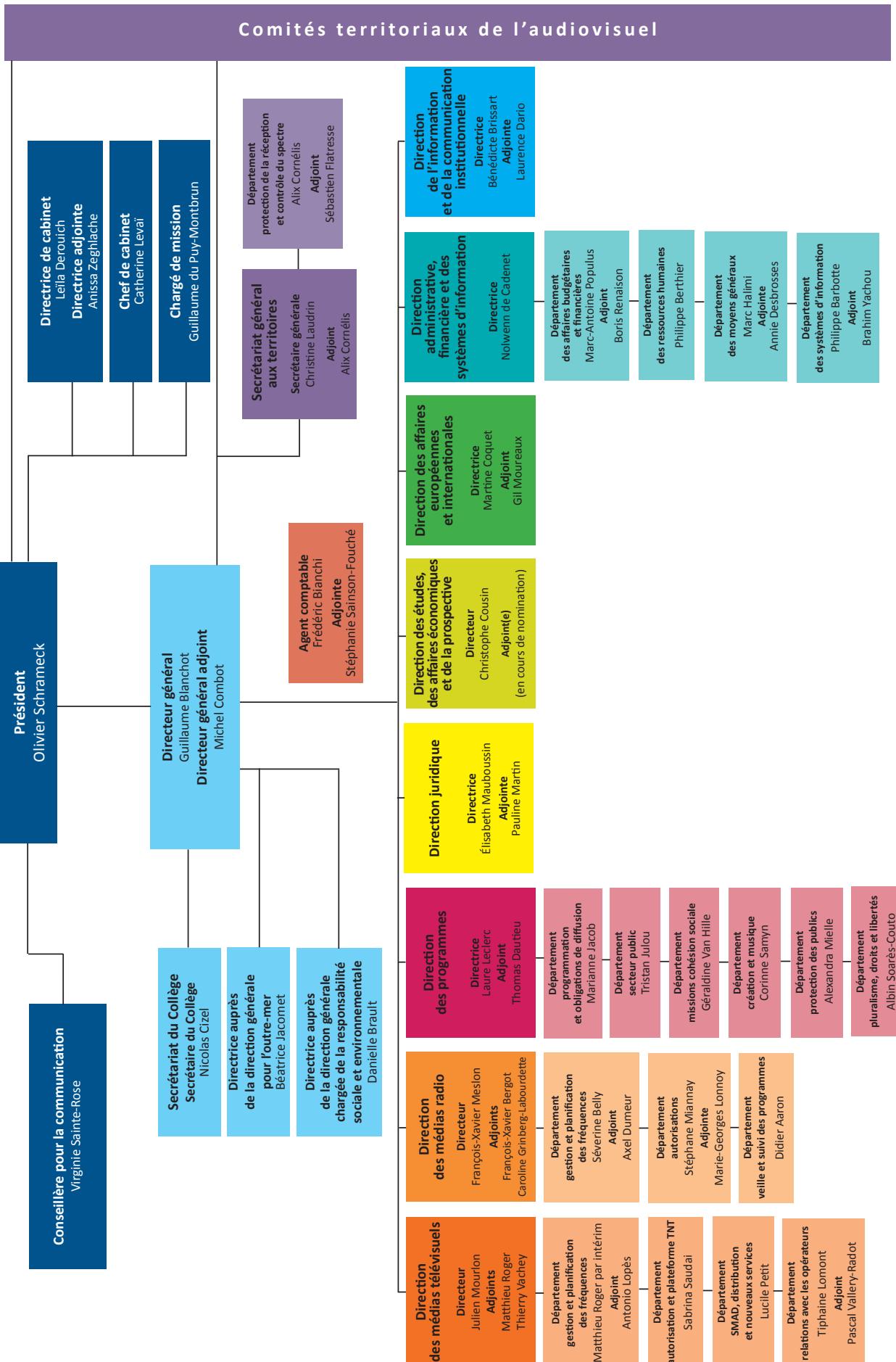
Les comités territoriaux de l'audiovisuel (CTA), au nombre de douze en métropole et quatre en outre-mer, sont dotés d'une compétence consultative auprès du Conseil, notamment dans le cadre de l'examen des dossiers lors des appels à candidatures pour les radios ou les télévisions locales.

Depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2010, les CTA disposent également de compétences décisionnelles en matière de radiodiffusion sonore. L'étendue de cette délégation est délimitée aux décisions :

- de reconduction des autorisations délivrées en application des articles 29, 29-1, 30 et 30-1, pour les services à vocation locale, dans les conditions prévues à l'article 28-1 ;

1) Décision n° 2015-P-6 du 12 mai 2015 relative à l'organisation des services, publiée au Journal officiel le 19 mai 2015.

L'organigramme des services du Conseil (mars 2016)



- de demandes de modification non substantielle des éléments de l'autorisation ou de la convention et sur la délivrance, dans leur ressort territorial ;
- d'autorisations temporaires prévues à l'article 28-3.

Ces compétences décisionnelles s'exercent 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.

À la suite de la réorganisation de ses services, le Conseil a décidé, le 28 juillet 2015, d'élargir ces compétences décisionnelles au secteur des télévisions locales, conformément à l'article 29-3 de la loi du 30 septembre 1986 modifiée. En ce qui concerne la procédure de reconduction simplifiée applicable aux télévisions locales hertziennes, cette procédure nécessite l'organisation d'audition publique. Le Conseil a donc reporté ce transfert de compétence au 1<sup>er</sup> janvier 2017.

Par ailleurs, la décision n° 2011-540 du 12 juillet 2011 fixant le règlement intérieur des CTA et leurs règles générales d'organisation et de fonctionnement a été abrogée et remplacée par la décision n° 2015-315 du 28 juillet 2015 du Conseil qui permet de prendre en compte :

- les modifications intervenues dans le rattachement administratif des agents des CTA au Secrétariat général aux territoires (SGAT) à la suite de la réorganisation des services du Conseil ;
- la suppression du principe de la seconde délibération (corollaire de la modification de la décision n° 2011-31 du 12 juillet 2011 fixant les conditions d'application de l'article 29-3 de la loi du 30 septembre 1986 relatif aux comités territoriaux de l'audiovisuel modifiée par

la délibération n°2015-25 du 28 juillet 2015).

En 2015, les CTA de métropole et des territoires ultramarins ont adopté 311 décisions, dont 32 reconductibilités, 128 reconductions, 18 modifications non techniques, 46 autorisations temporaires, 87 modifications techniques et de codes RDS. 99,04 % de ces décisions sont devenues exécutoires sans intervention du Conseil qui a évoqué seulement trois décisions des CTA.

Le 22 juin 2015, une réunion des présidents de CTA, des secrétaires généraux et des attachés techniques audiovisuels a permis des échanges avec les services du siège sur les missions des comités, la mise en œuvre de leurs compétences décisionnelles et l'actualité du Conseil, notamment à la suite de la réorganisation de ses services.

## **LA GESTION BUDGÉTAIRE, ADMINISTRATIVE ET FINANCIÈRE**

### **Moyens et ressources**

En 2015, le budget du Conseil s'est inscrit dans un cadre rénové de présentation découlant de la loi du 15 novembre 2013 relative à l'indépendance de l'audiovisuel public.

Le statut d'autorité publique indépendante permet de mettre en cohérence l'organisation fonctionnelle, administrative et financière du CSA avec l'indépendance qui caractérise l'exercice de sa mission de régulation.

Le décret n° 2014-382 du 28 mars 2014 relatif à l'organisation et au fonctionnement du Conseil traduit les effets du nouveau sta-

tut, notamment en matière budgétaire et comptable :

- avec une plus grande autonomie financière, mais aussi une plus grande lisibilité pour les membres du Collège qui désormais délibèrent sur le budget du Conseil (budget initial et budget rectificatif) ;
- et un contrôle renforcé, avec la nomination d'un comptable public.

Ainsi, en application des dispositions de l'article 3 du décret susmentionné, le Collège a, en 2015, délibéré sur :

- le règlement comptable et financier (RCF). Ce document structurant a notamment pour objectif de définir le nouveau référentiel budgétaire et comptable du Conseil en tant qu'autorité publique indépendante (API). Le RCF a été adopté le 2 décembre 2015.
- le budget rectificatif (BR) pour 2015. Dans un souci de sincérité budgétaire, le budget rectificatif a pour objectif principal de mettre en exergue auprès de l'organe délibérant (le Collège) les mouvements et les ajustements qui ont dû être effectués sur l'exercice 2015 entre les trois enveloppes budgétaires (Personnel/Fonctionnement/Investissement), conformément aux règles de fongibilité. Il a été adopté le 9 décembre 2015.
- le budget initial (BI) pour 2016. Il a été adopté le 18 décembre 2015.

## Les crédits du Conseil en 2015

En application des dispositions de l'article 3 du décret du 28 mars 2014 relatif à l'organisation et au fonctionnement du Conseil, le Collège a délibéré sur le budget initial (BI) au titre de 2015 à hauteur de **37 835 396 €**. Toutefois, lors de l'examen en deuxième lecture du projet de loi de finances pour 2015, l'Assemblée nationale a adopté un amendement minorant les crédits de la mission « Direction de l'action du Gouvernement ». Pour le programme 308<sup>1</sup>, le montant total du « rabot » s'élevait à **68 314 €** en autorisations d'engagement et crédits de paiement. Ce rabot a été réparti de manière homothétique entre les différents budgets opérationnels (BOP) du programme 308.

Sur cette base, la minoration de crédits supportée par le Conseil s'élevait à **42 784 €**, ramenant en conséquence la subvention de l'État pour le Conseil à la somme de **37 792 612 €**.

Cette mesure de réduction des crédits étant intervenue postérieurement au vote du BI, elle a été prise en compte dans le cadre d'un budget rectificatif.

147

**Consommation des crédits du Conseil**

|                | Disponible 2015 | Exécution 2015* | Taux d'exécution 2015 |
|----------------|-----------------|-----------------|-----------------------|
| Personnel      | 22,6            | 22,4            | 99 %                  |
| Fonctionnement | 13,8            | 13,7            | 99 %                  |
| Investissement | 1,5             | 1,5             | 100 %                 |
| <b>TOTAL</b>   | <b>37,9</b>     | <b>37,6</b>     | <b>99 %</b>           |

\* L'exécution 2015 comprend également les charges à payer (prestations réalisées mais non encore payées sur l'exercice auquel il se rattache) de l'année 2015, à hauteur de 1,1 M€.

1) La consommation prévisionnelle susmentionnée correspond aux opérations décaissables ; elle ne comprend pas les dotations aux amortissements et aux provisions.

## L'exécution du budget 2015

Comme en 2013 et en 2014, 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.

La consommation de l'année 2015 sera arrêtée définitivement lors de l'établissement du compte financier par l'agent comptable.

À la date du 20 janvier 2016, la consommation prévisionnelle des dépenses<sup>1</sup> est de 99 % sur la totalité des enveloppes de fonctionnement, de personnel et d'investissement.

Les dépenses du Conseil se répartissent ainsi :

- 60 % sur l'enveloppe de personnel ;
- 36 % sur l'enveloppe de fonctionnement ;
- 4 % sur l'enveloppe d'investissement.

148

**L'enveloppe de personnel** regroupe, outre les charges de rémunération des personnels employés par le Conseil, les contributions sociales, les allocations diverses et les impositions directement assises sur la masse salariale de l'institution.

**L'enveloppe de fonctionnement** comprend notamment les dépenses liées aux missions de contrôle des programmes et de régulation socioculturelle, à la gestion du spectre hertzien, à l'attribution des fréquences et aux études juridiques et économiques. À cela s'ajoutent les dépenses immobilières (loyers et charges du siège et des comités territoriaux de l'audiovisuel) et celles liées au maintien du fonctionnement informatique, aux frais de déplacements, de réception et de communication, à la formation et à la logistique.

**L'enveloppe d'investissement** regroupe essentiellement les dépenses afférentes aux innovations technologiques liées à l'exercice des missions du Conseil ; à titre d'exemple, l'application informatique Fréuencia, destinée à la gestion, la planification et la coordination des fréquences TV et radio, représente la moitié de ces dépenses.

## Le suivi de l'activité

### L'activité budgétaire et financière

Au cours de l'année 2015, le centre de services partagés du Conseil a saisi 1 394 engagements juridiques. Ceux-ci ont donné lieu à la saisie de 2 249 certifications de service fait et de 2 410 mandats.

### Les dépenses de personnel et les effectifs

Les dépenses de personnel se sont élevées à 22 096 997 € et se décomposent de la façon suivante :

| Catégorie de dépenses                                       | Montant             |
|---|---------------------|
| Rémunération principale                                     | 14 697 558 €        |
| Cotisations sociales et charges (y/c taxe sur les salaires) | 7 076 450 €         |
| Prestations sociales  | 322 989 €           |
| <b>TOTAL</b>  | <b>22 096 997 €</b> |

### L'activité de la régie

En dépenses, le nombre d'opérations en régie s'élève en 2015 à 2 236, pour un montant total de 501 520 €, soit une activité en

1) Programme Protection des droits et des libertés qui regroupe les crédits de onze autorités indépendantes. Il dépend des services du Premier ministre.

### Nombre d'opérations en dépenses en régie de 2011 à 2015

| Dépenses en régie                        | 2011             | 2012             | 2013             | 2014             | 2015             |
|--|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Nombre d'opérations en dépenses en régie | 2 728            | 2 780            | 2 638            | 2 663            | 2 326            |
| <b>Volume de dépenses en régie</b>       | <b>586 064 €</b> | <b>590 851 €</b> | <b>555 695 €</b> | <b>557 987 €</b> | <b>501 520 €</b> |

baisse par rapport à 2014 qui s'explique par la reprise par l'agence comptable d'une partie des paiements par prélèvement.

En recettes, le nombre d'opérations s'élève à 590, pour un montant recouvré total de 99 831 €, contre 537 opérations en 2014 pour un montant recouvré total de 73 205 €.

### La commande publique

En 2015, 30 nouveaux marchés ont été notifiés, contre 24 en 2014. Au 31 décembre 2015, le Conseil comptait 110 marchés en cours d'exécution. Ils se décomposent de la façon suivante :

- 27 marchés à procédure adaptée ;
- 34 appels d'offres ouverts ;
- 12 marchés négociés ;
- 37 marchés mutualisés.

| Marché en cours d'exécution | Nombre     |
|-----------------------------|------------|
| Fin 2012                    | 78         |
| Fin 2013                    | 76         |
| Fin 2014                    | 79         |
| <b>Fin 2015</b>             | <b>110</b> |

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'achat 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 mutualisés.

L'année 2015 a été marquée par la nette progression des marchés mutualisés. En effet, sur les 110 marchés en cours d'exécution au Conseil, 37 sont des marchés mutualisés, soit 34 % de l'ensemble des marchés. À titre de comparaison, en 2014, les marchés mutualisés ne représentaient que 17 % des marchés en cours d'exécution au CSA.

### La gestion immobilière et logistique

Le département des moyens généraux coordonne l'ensemble des activités concernant la gestion, l'entretien et la sécurité de l'imobilier du Conseil (services, installations, équipements).

Il 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 et 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.

150

## LA GESTION DES RESSOURCES HUMAINES

### Emploi

Fixé par la loi de finances, le plafond d'emplois pour le Conseil est de 284 équivalents temps plein travaillé (ETPT), comme en 2014. Au 31 décembre 2015, tous statuts confondus, les effectifs physiques du Conseil s'élevaient à 297 personnes (comme au 31 décembre 2014).

Hors membres du Collège (7), personnels mis à disposition (16) et membres de la présidence (14), les 260 agents sont des contractuels en CDI pour 51 %, des fonctionnaires en détachement pour 13 %, des agents contractuels en CDD de 3 ans renouvelable pour 33 % et des agents en contrat de renfort pour 3 %.

55 % des agents sont des femmes (54 % en

2014). La moyenne d'âge, qui s'établit à 43 ans et 6 mois, est la même qu'en 2014. 37 stagiaires ont été accueillis dans les services (comme en 2014), 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 amélioration sensible du nombre d'agents en situation de handicap passé de 3 en 2008 à 9,95 en 2015.

### Dialogue social

Le nombre de réunions des instances de concertation a été de 15 (14 en 2014).

Par ailleurs, le directeur général a reçu à de nombreuses reprises les organisations syndicales dans le cadre de la réorganisation interne des services. Destinée à permettre au Conseil de s'adapter aux évolutions de ses missions issues en particulier de la loi du 15 novembre 2013, cette réorganisation s'est déroulée de janvier à juillet avec des réunions hebdomadaires de concertation avec les partenaires sociaux.

### 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).

| Évolution des moyens en personnel du CSA depuis 1998 |                              |                                |               |   |               |              |                      |
|--|------------------------------|--------------------------------|---------------|---|---------------|--------------|----------------------|
|  | Emplois budgétaires          |                                |               | Personnels mis à disposition contre remboursement |               |              | <b>Total général</b> |
|  | <b>Emplois de titulaires</b> | <b>Emplois de contractuels</b> | <b>Total</b>  | <b>Par TDF</b>                                    | <b>Autres</b> | <b>Total</b> |                      |
| <b>1998</b>  | 11                           | 210                            | <b>221</b>    | 39  | 16            | 55           | <b>276</b>           |
| <b>1999</b>  | 11                           | 210                            | <b>221</b>    | 41  | 16            | 57           | <b>278</b>           |
| <b>2000</b>  | 11                           | 210                            | <b>221</b>    | 47  | 16            | 63           | <b>284</b>           |
| <b>2001</b>  | 11                           | 212                            | <b>223</b>    | 46  | 16            | 62           | <b>285</b>           |
| <b>2002</b>  | 11                           | 212                            | <b>223</b>    | 46  | 16            | 62           | <b>285</b>           |
| <b>2003</b>  | 11                           | 214                            | <b>225</b>    | 46  | 16            | 62           | <b>287</b>           |
| <b>2004</b>  | 11                           | 259                            | <b>270</b>    | 0   | 20            | 20           | <b>290</b>           |
| <b>2005</b>  | 11                           | 259                            | <b>270</b>    | 0   | 20            | 20           | <b>290</b>           |
| <b>Plafond d'emplois autorisé en ETPT *</b>          |                              |                                |               |   |               |              |                      |
| <b>2006</b>  | -                            | -                              | <b>270,24</b> | -   | 19            | 19           | <b>289,24</b>        |
| <b>2007</b>  | -                            | -                              | <b>270,24</b> | -   | 19            | 19           | <b>289,24</b>        |
| <b>2008</b>  | -                            | -                              | <b>282,84</b> | -   | 17            | 17           | <b>299,84</b>        |
| <b>2009</b>  | -                            | -                              | <b>283</b>    | -   | 17            | 17           | <b>300</b>           |
| <b>2010</b>  | -                            | -                              | <b>293</b>    |   | 17            | 17           | <b>310</b>           |
| <b>2011</b>  | -                            | -                              | <b>293</b>    |   | 17            | 17           | <b>310</b>           |
| <b>2012</b>  | -                            | -                              | <b>293</b>    |   | 17            | 17           | <b>310</b>           |
| <b>2013</b>  | -                            | -                              | <b>290</b>    |   | 18            | 18           | <b>308</b>           |
| <b>2014</b>  | -                            | -                              | <b>284</b>    |   | 17            | 17           | <b>301</b>           |
| <b>2015</b>  | -                            | -                              | <b>284</b>    |   | <b>16</b>     | <b>16</b>    | <b>300</b>           |

\* Depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2006, la notion d'équivalent temps plein travaillé s'est substituée à celle d'emploi budgétaire en application de la loi organique du 1<sup>er</sup> août 2001 relative aux lois de finances.

(151)

## Formations

789 jours de formation au total (4 116 en 2014).

L'année 2015 a vu la pleine mise en œuvre du plan de formation amorcé en 2014, dont le démarrage avait été retardé par la nécessaire réalisation d'un audit concernant les besoins de formation des services du Conseil.

Le plan de formation, recentré sur les actions de professionnalisation des agents dans le cœur de métier du Conseil, a permis en 2015 de faire bénéficier 166 agents (100 en 2014) de 91 actions de formation (64 en 2014), soit

## 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 est membre du groupe de travail « Environnement de travail et risques psychosociaux ».

## Le label Diversité

Le 29 novembre 2012, après l'avis favorable sans réserve de la Commission de labellisation, le Conseil a reçu le label Diversité, témoignage de son engagement effectif et volontaire pour promouvoir en son sein comme dans les médias audiovisuels une meilleure représentation de la diversité de la société française.

La labellisation a été attribuée pour une période de 4 ans, avec une évaluation à mi-parcours, sous forme d'audit.

Cet audit obligatoire, qui a eu lieu les 28, 29 septembre et 1<sup>er</sup> octobre 2015, a été effectué par un expert désigné par l'AFNOR ; cet audit poursuivait plusieurs objectifs :

- s'assurer de la continuité de l'engagement des dirigeants dans la définition et la mise en œuvre d'une politique en faveur de la non-discrimination, de l'égalité professionnelle et de la diversité ;
- vérifier le respect du cahier des charges du label Diversité, notamment dans le domaine de la gestion des ressources humaines (traçabilité des recrutements, mise en œuvre des entretiens professionnels, existence d'une cellule de traitement interne des réclamations, etc.) ;
- vérifier l'existence et l'efficacité de la communication interne et externe en matière de diversité.

À l'issue de cet audit, constatant la volonté des dirigeants du Conseil de renforcer efficacement et durablement la politique de la diversité au sein de l'institution, l'AFNOR Certification a décidé de donner une suite favorable au maintien de labellisation « label Diversité » du Conseil.

## Le renouvellement des membres de la cellule Diversité

Une cellule d'écoute et de traitement des situations de discriminations dite « cellule Diversité » a été créée en octobre 2012 afin de procéder au recueil et au traitement des situations de discrimination.

Le mandat des membres de la cellule arrivant à expiration en juin 2015, il a été décidé de procéder à leur renouvellement.

À cette occasion, il est apparu que l'organisation de cette cellule en deux niveaux, qui pouvait se justifier dans le projet initial à titre expérimental, était peu adaptée aux besoins du Conseil. Dès lors, il a été décidé de fusionner les deux niveaux de la cellule en une seule structure, composée de cinq membres qui ont tous été désignés après appel à volontariat, par le groupe de suivi Diversité, au sein duquel siègent les représentants des organisations représentatives du personnel.

## La nouvelle étude de perception de la diversité au Conseil

Le questionnaire de perception de la diversité n'évaluait pas seulement la perception d'une volonté d'agir mais la réalisation d'en-

gagements concrets pris devant les collaborateurs et la Commission de labellisation Diversité.

Dans ce contexte, l'analyse des résultats de l'enquête a démontré une excellente notoriété de la politique en faveur de la diversité et de la non-discrimination dans les ressources humaines au sein du Conseil, avec notamment ces indicateurs positifs :

- 85 % des agents du Conseil estiment que l'engagement dans une politique de promotion de la diversité et de la non-discrimination est un réel enjeu ;
- 76 % considèrent que les collaborateurs du Conseil représentent la diversité de la société française ;
- 75 % connaissent l'existence de la cellule Diversité ;
- 82 % sont prêts à s'investir personnellement en faveur de la diversité.

- en interne, il a été décidé de renouveler les outils de communication et d'organiser des actions de communication et de sensibilisation aux enjeux de la diversité (nouveau logo, nouvelle affiche, objet symbolique, mise à jour régulière sur le site intranet, exposition sur le handicap, réunions de proximité avec les collaborateurs du Conseil, travail de collaboration avec le Défenseur des droits, etc.) ;
- en externe : colloque sur la diversité du 6 octobre 2015, observatoire de la diversité dans les médias audiovisuels, baromètre annuel destiné à évaluer la perception de la diversité à la télévision selon les critères du sexe, de l'origine, des catégories socioprofessionnelles, du handicap, de l'âge ; et sont pris désormais en compte des critères qualitatifs (rôle positif, négatif ou neutre des personnes intervenant à l'écran).

153

## Le plan de communication

La mise en œuvre d'un plan de communication permet d'assurer la traçabilité et la visibilité de la politique de diversité au Conseil tant en interne qu'en externe :

Le Conseil s'inscrit dans une logique d'amélioration continue de la lutte contre les discriminations. Sa volonté, avec le label Diversité, est de reconnaître et valoriser les différences individuelles afin d'en faire un atout pour l'institution et d'être exemplaire vis-à-vis des opérateurs audiovisuels.



# *Annexes*

## ANNEXE 1

# La vie du Conseil

## La composition du Conseil

Jusqu'au 23 janvier 2015, le Conseil supérieur de l'audiovisuel était composé de M. Olivier Schrameck, président, M. Emmanuel Gabla, M<sup>me</sup> Christine Kelly, M<sup>me</sup> Françoise Laborde, M. Patrice Gélinet, M. Nicolas About, M<sup>me</sup> Francine Mariani-Ducray, M<sup>me</sup> Mémona Hintermann-Afféjee et M<sup>me</sup> Sylvie Pierre-Brossolette.

La loi du 15 novembre 2013 relative à l'indépendance de l'audiovisuel public a notamment modifié la composition et le mode de désignation des membres du collège du CSA. Celui-ci doit être progressivement réduit à sept membres. Trois doivent être désignés par le président de l'Assemblée nationale et trois par le président du Sénat. Dans chaque assemblée parlementaire, les conseillers sont désormais désignés après avis conforme de la commission permanente chargée des affaires culturelles à la majorité des trois cinquièmes des suffrages exprimés. Ces nominations doivent concourir à une représentation paritaire des femmes et des hommes. Le président du CSA est nommé par le Président de la République. À l'exception de son président, le Collège est renouvelé par tiers tous les deux ans.

Le renouvellement partiel du Conseil est intervenu le 24 janvier 2015 en 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 14 janvier 2015, la Commission des affaires culturelles de l'Assemblée nationale a procédé

à l'audition de M<sup>me</sup> 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<sup>me</sup> Sonnac. Par ailleurs, au cours de sa réunion du 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. 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 plénières

Le Conseil tient une réunion plénière chaque mercredi, à laquelle s'ajoutent, en tant que de besoin, des séances supplémentaires. C'est au cours de ces réunions, au nombre de 68 au cours de l'année 2015 (soit dix de plus que l'année précédente), 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.

Le Conseil 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 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. Le Conseil a ainsi procédé à 115 auditions en séance plénière au cours de l'année 2015, soit près de quatre fois plus que l'année précédente. Le Conseil a notamment entendu tirer les conséquences des décisions du Conseil d'État du 17 juin 2015, celui-ci ayant estimé que les études d'impact des projets de décisions du CSA devaient être préalablement publiées dans des délais tels que le demandeur et les autres personnes intéressées puissent faire valoir leurs observations écrites ou demander à être entendues. Le Conseil a ainsi adapté le traitement de l'ensemble des procédures incluant une étude d'impact, afin d'en assurer la sécurité juridique et de permettre aux personnes qui l'estimaient utile de faire valoir leurs observations, notamment en étant entendues par le Collège dans un cadre public (voir ci-dessous).

## 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. Plus de 560 réunions de groupes de travail se sont tenues au cours de l'année 2015.

Depuis le 26 janvier 2015, la répartition des responsabilités des conseillers s'effectue dans le cadre de 19 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**

Présidente : Sylvie Pierre-Brossolette

Vice-président : Nicolas Curien

**Télévisions nationales privées gratuites**

Présidente : Sylvie Pierre-Brossolette

Vice-présidente : Francine Mariani-Ducray

**Télévisions payantes**

Présidente : Francine Mariani-Ducray

Vice-président : Nicolas Curien

## **LES AUDITIONS EN SÉANCE PLÉNIÈRE**

### **JANVIER**

**7 janvier**

- **Appel à candidatures du 9 avril 2014 pour une télévision locale dans le département de la Réunion : audition du candidat**  
Société Antenne Réunion Télévision SA pour le service « Antenne Réunion », représentée par M. Christophe DUCASSE, président-directeur général d'Antenne Réunion, M. Bertrand QUERNE, directeur exécutif des opérations, et M<sup>me</sup> Nassima OMARJEE, directrice marketing de la régie publicitaire, déléguée à l'antenne.

- **Audition des représentants de la société Diversité TV (Numéro 23) – rapport d'activité 2014 et perspectives**

M. Pascal HOUZELOT, président, M. Damien CUIER, directeur général, M<sup>me</sup> Nathalie DROUAIRE, directrice des programmes, et M<sup>me</sup> Carine BRULÉ, responsable des acquisitions et de la programmation.

- **Audition des représentants du groupe Amaury (L'Équipe 21) – rapport d'activité 2014 et perspectives**

M. Xavier SPENDER, président-directeur général de L'Équipe 24/24, société éditrice de L'Équipe 21, M. Marc WALTER, directeur d'antenne, et M<sup>me</sup> Marjorie TARBO-CHEZ, chargée de missions réglementaires et institutionnelles.

**14 janvier**

- **Audition des représentants de la société Orange**

M<sup>me</sup> Maxime TRABAND, directrice des relations institutionnelles, M. Serge LAROYE, directeur des contenus, M. Pierre LOUETTE, directeur général adjoint, et M. David GROSZ, directeur juridique des contenus.

• **Audition des représentants du groupe NRJ – rapport d'activité 2014 et perspectives**

M. Jean-Paul BAUDECROUX, président-directeur général, M<sup>me</sup> Maryam SALEHI, directeur délégué à la direction générale, M. Vincent BROUSSARD, directeur délégué du pôle Télévision, M. Guillaume PERRIER, directeur financier du pôle Télévision, et M<sup>me</sup> Aurélie BREVAN-MASSET, directrice des relations institutionnelles.

**21 janvier**

• **Audition des représentants du groupe Numericable/SFR**

M. Patrick DRAHI, président d'Altice-Numericable, et M<sup>me</sup> Angélique BENETTI, directrice des contenus de Numericable/SFR.

• **Audition des représentants de la société Bouygues Télécom**

M. Olivier ROUSSAT, président-directeur général, M. Didier CASAS, secrétaire général, M. Emmanuel PARET, responsable juridique, M<sup>me</sup> Laurence SONZOGNI, directrice des contenus, et M. Anthony COLOMBANI, chargé de mission auprès du secrétaire général.

## FÉVRIER

**4 février**

• **Appels à candidatures des 4 et 18 juin 2014 pour une télévision locale dans le département de la Guadeloupe : audition des candidats**

- Société Éclair TV, représentée par M. Mario MORADEL, président, M. Jean-Yves FRIXON, directeur général, M. Bruno BLANDIN, M. Salomon NGUETSOP.

- Société Alizés News, représentée par M. Robert MOY, dirigeant, M. Jean-Claude PERPERE, ancien rédacteur en chef, M. Stéphane MARILLAT, actionnaire.

- Société Canal 10, représentée par M<sup>me</sup> Lisa RODRIGUEZ, gérante.

**12 février**

• **Appels à candidatures des 9 avril et 2 juillet 2014 pour des télévisions locales dans le département de la Martinique et dans les collectivités de Saint-Martin et Saint-Barthélemy : audition des candidats**

- Société KMT, représentée par M. Roland LAUCHEZ, président.

- Société IO TV, représentée par M. Loïc LAGOUTTE, cogérant de la SARL 2L, et M<sup>me</sup> Laëtitia GENTIL, cogérante de la SARL 2L.

- Société Carrib'In TV, représentée par M. Rony LAINE, directeur.

## MARS

**18 mars**

• **Appel aux candidatures du 28 mai 2014 pour une télévision locale en Martinique : audition des candidats**

- La société ATV Martinique, représentée par M. Jean-Michel HEGESIPPE, président de Media H Antilles-Guyane, et M. Fabrice JEANJEAN, directeur général.

- L'Association sportive culturelle chrétienne audiovisuelle (APTV), représentée par M. Albert PALMIER, président, M<sup>me</sup> Sylvie PALMIER, secrétaire, et M. Max MBOUHOU, conseil.

• **Audition des représentants de l'INA (rapport d'activité 2013 et COM 2015-2019)**

M<sup>me</sup> Agnès SAAL, présidente, et M. Jean-Marc AUVRAY, secrétaire général.

## AVRIL

**8 avril**

• **Procédure de sanction à l'encontre de l'association BDM**

Dans le cadre de la procédure de sanction engagée par le rapporteur indépendant à l'encontre de l'association Banlieues du Monde, éditeur de la télévision locale BDM TV, le Conseil a procédé à l'audition publique du rapporteur

indépendant et des responsables de la chaîne : M. Sorel KAITA, président de l'association BDM, M. Bertrand WARUSFEL, avocat, M. Dominique SOPO, président de SOS Racisme, ROST, artiste, M. Mohamed SIFAOUI, journaliste et écrivain.

**• Procédure de sanction à l'encontre de la société ATV**

Dans le cadre de la procédure de sanction engagée par le rapporteur indépendant à l'encontre de la société ATV, éditeur de la télévision locale Télévision locale du Charentais/TLC, le Conseil procède à l'audition du rapporteur indépendant et du responsable de la chaîne : M. Régis REVEILLÉ, gérant de la société ATV.

**• Procédure de reconduction des autorisations des chaînes TLT et TV Sud Provence**

Dans le cadre de la procédure de reconduction hors appel à candidatures des autorisations délivrées aux sociétés Toulouse Télévision et La Chaîne Marseille, le Conseil a procédé à l'audition des représentants des sociétés suivantes :

- Toulouse Télévision, représentée par M. Emmanuel SCHWARTZENBERG, président.
- La Chaîne Marseille, représentée par M. Christophe MUSSET, président.
- Télé Miroir Services, représentée par M. Christophe MUSSET, président.

## **MAI**

**27 mai**

**• Procédure de reconduction de l'autorisation de la chaîne TV Tours**

Dans le cadre de la procédure de reconduction hors appel à candidatures de l'autorisation délivrée à la société Touraine Télévision, le Conseil a procédé l'audition de cette société représentée par M. Olivier SAINT-CRICQ, président, et M<sup>me</sup> Clotilde MASSARI, directrice déléguée.

## **JUIN**

**3 juin**

**• Procédure de sanction à l'encontre de Beur FM**

Dans le cadre de la procédure de sanction engagée par le rapporteur indépendant à l'encontre de la société Mys Régie, société autorisée à éditer le service de radio Beur FM à Toulouse, le Conseil a procédé à l'audition du rapporteur indépendant, de M<sup>me</sup> Djina KETTANE, présidente des sociétés Mys Régie et Aime C2, et de M. Nadil BOUGOUSS, directeur commercial et de la communication de la société Aime C2.

**• Examen des différends opposant les sociétés Groupe AB, AB Sat et AB Thématisques à la société Groupe Canal Plus**

Saisi par les sociétés Groupe AB, AB Sat et AB Thématisques de demandes de règlement de différends à l'encontre de la société Groupe Canal+, le Conseil, après avoir entendu le rapporteur, a procédé à l'audition contradictoire : - des représentants de la société Groupe AB, AB Sat et AB Thématisques, demandeur : M<sup>me</sup> Orla NOONAN, directrice générale, M. Richard MAROKO, directeur général des programmes, M. Frédéric LUSSATO, directeur délégué, et M<sup>e</sup> Didier THÉOPHILE, avocat, - des représentants de la société Groupe Canal+, défendeur : M<sup>me</sup> Delphine d'AMARZIT, secrétaire générale, M. Jean-Marc JURAMIE, directeur des relations éditeurs, M. Christophe ROY, directeur juridique adjoint distribution et concurrence, et M<sup>e</sup> Pascal WILHELM, avocat.

**9 juin**

**• Appel à candidatures du 16 juillet 2014 pour l'édition d'un service privé de télévision à vocation locale diffusé en clair par voie hertzienne terrestre en définition standard ou haute définition en Île-de-France : audition des candidats**

- la société Respawn pour le projet « Respawn », représentée par M. Julien BARMAS, président, M. Kevin KOUKI, directeur général, et M. Pierre BLOCK, directeur ;
- la société Outremer5 pour le projet « OM5 TV », représentée par M. Georges THOZE, président, M<sup>me</sup> Fanny ZEBINA, directrice adjointe des programmes, M. Patrick LACOMBE, responsable de la gestion et des finances, et M<sup>me</sup> Astrid SIWSANKER, responsable de l'éthique et de la philosophie de l'antenne ;
- la société Paris Médias France Technologie Groupe pour le projet « Paris Direct TV », représentée par M. Fiacre KOI, gérant ;
- la société Paris Médias France Technologie Groupe pour le projet « Paris News 24 TV », représentée par M. Fiacre KOI, gérant ;
- la société Image Locale Multimédia pour le projet « LaLoParis », représentée par M. Jacques-Élie CHABERT, gérant, et M. Patrick BERTHE ;
- la société FutuVision Media France pour le projet « La Chine en Français – Télévision », représentée par M. Michel PENNEROUX, gérant de FutuVision Media France, et M<sup>me</sup> Jade CHARLES, responsable éditoriale ;
- la société IFTV Service pour le projet « IFTV Service », représentée par M. Bruno LÉCLUSE, président de SECOM SA, M<sup>me</sup> Élisabeth CARRE, directrice des affaires financières de SECOM SA, M. Marc FEUILLÉE, directeur général du Figaro, et M. Alexis BRÉZET, directeur des rédactions du Figaro ;
- la société Ensemble TV pour le projet « IDF1 HD », représentée par M. Jean-Luc AZOULAY, président, M<sup>me</sup> Michèle COTTA, vice-présidente, M. Marc TESSIER, vice-président, et M. Jean-Paul DUSSEAUX, administrateur ;
- la société TV Paris Infos pour le projet « TV Paris Infos », représentée par M. Michel LAMARQUE, gérant, M. Vincent BUFFIN, M. Frédéric BREDIN et M<sup>me</sup> Marie-Isabelle TADDEI ;
- la société Franciliennes TV pour le projet « TELIF », représentée par M. Christian SOUFFRON, président, M. Frédéric LOUIS, directeur général, M. Olivier ZANETTA, directeur de l'information, et M. Henri NIJDAM, président de Media Capital ;
- la société Hyper TV pour le projet « Hyper TV », représentée par M. Jean DACIE, président, M. André de SEMLYEN, directeur général, M. François DUROUX, producteur associé Média 365, et M. Jean MONCAUT, président de la société TV Only.

## **JUILLET**

### **8 juillet**

- **Procédure contradictoire relative à l'étude d'impact des décisions d'autorisation d'usage de la ressource radioélectrique du 27 mai 2015**
  - TLSP-TLF-SIRTI : M. Jean-Luc NELLE, vice-président du syndicat TLF, M<sup>me</sup> Marjorie VOLAND, déléguée du syndicat TLF, M. Tarek MAMI, secrétaire général du SIRTI, M. Olivier RAMOND, président de la chaîne Grand Lille TV, membre du SIRTI.
  - Société NextRadioTV : M. Alain WEILL, président-directeur général de NextRadio TV, et M. Damien BERNET, directeur général adjoint de NextRadio TV.
  - Société TVPI : M. Michel LAMARQUE, gérant de la société Pyrénéenne de Télévision.
  - Groupe Canal+ : M. Bertrand MÉHEUT, président du Groupe Canal +, M<sup>me</sup> Delphine d'AMARZIT, secrétaire générale du Groupe Canal +, et M<sup>me</sup> Pascaline GINESTE, directrice des affaires réglementaires et européennes.
  - Société Gong Media : M. Axel CARRÈRE, président de la SA Gong Media.

### **9 juillet**

- **Procédure contradictoire relative à l'étude d'impact des décisions d'autorisation d'usage de la ressource radioélectrique du 27 mai 2015**

- Société Orange : M. Serge LAROYE, directeur des contenus, M<sup>me</sup> Caroline LALLIER, directrice juridique adjointe de la direction des contenus, et M. François DAVID, responsable des relations institutionnelles et de la réglementation.
- Association AFDESI : M. Boris MARTIN, président, et M. Jean DACIE, délégué général.
- Société Lagardère Active Médias : M. Richard LENORMAND, président-directeur général du pôle Radio TV, M<sup>me</sup> Anne FAUCONNIER, secrétaire générale du pôle Radio TV, et M<sup>me</sup> Cécile DURAND, directrice des affaires réglementaires et des relations institutionnelles.
- Société France Télévisions : M. Fabrice LACROIX, directeur général délégué aux ressources, M. Jacques DONAT-BOUILLUD, directeur de la gestion des opérateurs de diffusion et de distribution, M. Florent DUMONT, directeur des études et du marketing antenne, et M<sup>me</sup> Juliette ROSSET-CAILLER, directrice des relations avec les pouvoirs publics.

## **22 juillet**

### **• Procédure de sanction à l'encontre de la société Diversité TV (Numéro 23)**

Dans le cadre de la procédure de sanction engagée par le rapporteur indépendant à l'encontre de la société Diversité TV, le Conseil a procédé à l'audition du rapporteur indépendant et de M. Pascal HOUZELOT, président de la société Diversité TV, M. Damien CUIER, directeur général, et de M<sup>e</sup> Antoine DELVOLVÉ, avocat.

### **• Examen du différend opposant la société Azur TV aux sociétés Iliad et Free**

Saisi par la société Azur TV d'une demande de règlement de différend à l'encontre des sociétés Iliad et Free, le Conseil, après avoir entendu le rapporteur, a procédé à l'audition contradictoire :

- des représentants de la société Azur TV, demandeur : M. Hervé RAYNAUD, président, et M. Philippe CODET, secrétaire général de rédaction ;
- des représentants des sociétés Iliad et Free, défendeur : M. Serge FERREIRA, directeur juridique, M. Olivier RAUGEL, directeur aux affaires réglementaires, M<sup>me</sup> Ombeline BARTIN, responsable des relations institutionnelles, et M. Sébastien PERO, directeur de l'audiovisuel.

## **SEPTEMBRE**

### **2 septembre**

- Bilan de l'activité de la société Radio France**  
M. Mathieu GALLET, président de Radio France.

### **9 septembre**

- Procédure contradictoire relative à l'étude d'impact préalable au lancement d'un appel à candidatures à Rouen**

Groupe Lagardère Active : M. Richard LENORMAND, directeur général du pôle Radio TV, M<sup>me</sup> Cécile DURAND, directrice des relations institutionnelles, et M<sup>me</sup> Anne FAUCONNIER, secrétaire générale.

### **14 septembre**

- Demande de passage en clair de la chaîne payante LCI**

M. Nonce PAOLINI, président-directeur général du Groupe TF1, M<sup>me</sup> Catherine NAYL, directrice générale adjointe à l'information, M. Éric JAOUEN, secrétaire général de l'information, M. Fabrice MOLLIER, directeur général adjoint marketing stratégique et innovation de TF1 Publicité, et M. Hugues LAIGNEAU, directeur du marketing, de la prospective et des programmes de TF1.

- Demande de passage en clair de la chaîne payante Paris Première**

M. Nicolas de TAVERNOST, président du directoire du Groupe M6, M. Philippe BONY, président de Paris Première,

M<sup>me</sup> Pascale CHABERT, directrice adjointe à la stratégie, développement et distribution, et M. Jonathan CURIEL, directeur général de Paris Première.

• **Demande de passage en clair de la chaîne payante Planète +**

M. Jean Christophe THIERY, président du directoire de Groupe Canal+ SA, M. Maxime SAADA, directeur général, M. Grégoire CASTAING, directeur financier, M. Frédéric CRÉPIN, secrétaire général, et M<sup>me</sup> Christine CAUQUELIN, directrice des chaînes thématiques découverte.

**16 septembre**

• **Procédure de reconduction de la chaîne Télé Lyon Métropole**

Dans le cadre de la procédure de reconduction hors appel à candidatures de l'autorisation délivrée à la société Lyonnaise de Télévision, le Conseil a procédé à l'audition publique de cette société représentée par M. Laurent CONSTANTIN, président, et M. Jean-Pierre VACHER, directeur général.

**21 septembre**

• **Appel à candidatures du 29 juillet 2015 pour l'édition de services de télévision à vocation nationale diffusée par voie hertzienne terrestre en haute définition**

- Société Lagardère pour le projet « Gulli HD », représentée par M. Denis OLIVENNES, président du directoire de Lagardère Active, M. Gérald-Brice VIRET, président de Gulli et directeur délégué des chaînes de télévision France et International, M<sup>me</sup> Caroline COCHAUX, directrice générale des programmes et des antennes des chaînes de télévision France et International, M<sup>me</sup> Cécile DURAND-GI-RARD, directrice des relations institutionnelles et des affaires réglementaires du pôle radio TV.

- Société IDF1 HD pour le projet « IDF1 », représentée par M. Jean-Luc AZOULAY, président, M<sup>me</sup> Michèle COTTA, vice-présidente, M. Marc TESSIER, vice-président, M. Jean-

Pierre DUSSEAUX, administrateur.

- Société NRJ Group pour le projet « Nostalgie HD », représentée par M. Jean-Paul BAUDECROUX, président-directeur général de NRJ Group, M<sup>me</sup> Maryam SALEHI, directeur délégué à la direction générale, M. Vincent BROUSSARD, directeur délégué au pôle télévision, président de Nostalgie TV, M. Guillaume PERRIER, secrétaire général du pôle télévision.

- Société Hyper TV pour le projet « Hyper TV », représentée par M. André de SEMLYEN, président d'Hyper TV, M. Jean DACIE, directeur général, M. Carolino SANTONASTASI, directeur business développement d'Hyperpanel.

- Société Campagnes TV SAS pour le projet « Campagnes TV », représentée par M. Sébastien VILGRAIN, président-directeur général des LCTVI (Les Chaînes TV Interactives), actionnaire de référence, M. Olivier ALLEMAN, directeur général de Campagnes TV, M<sup>me</sup> Hélène LUCIEN, directrice du développement, M. Érik ORSENNA, président du comité de parrainage de la candidature et du comité éditorial.

- Groupe M6 pour le projet « Paris Première », représenté par M. Nicolas de TAVERNOST, président du directoire du groupe M6, M. Philippe BONY, président de Paris Première, M. Jonathan CURIEL, directeur général, M<sup>me</sup> Pascale CHABERT, directeur adjoint à la stratégie, développement et distribution.

**22 septembre**

• **Appel à candidatures du 29 juillet 2015 pour l'édition de services de télévision à vocation nationale diffusée par voie hertzienne terrestre en haute définition (suite)**

Sociétés TF1 et M6 pour le projet « Ha26 », représentées par M. Nonce PAOLINI, président-directeur général de la société TF1, M. Nicolas de TAVERNOST, président du directoire du groupe M6, M. Jérôme BILLARD, directeur général de Téléshopping,

M<sup>me</sup> Isabelle FOURNIER, directeur général adjoint de Home Shopping Service.

- Société Groupe Canal+ pour le projet « D17 », représentée par M. Jean-Christophe THIERY, président du directoire du groupe Canal+ SA, M. Maxime SAADA, directeur général, M. Frédéric VINCENT, directeur des technologies et systèmes d'information, M. Christophe SABOT, directeur général de D17.

- Société NextRadio TV pour le projet « Classique HD », représentée par M. Alain WEILL, président du groupe NextRadio TV, M. Francis MOREL, président du groupe Les Échos, M<sup>me</sup> Ève RUGGIERI, animatrice de Radio Classique, M. Damien BERNET, directeur adjoint du groupe NextRadio TV.  
- Société Fiducial TV pour le projet « Lynx », représentée par M. Didier MAÏSTO, président.

jet « Canal+ Cinéma », représentée par M. Jean-Christophe THIERY, président du directoire du groupe Canal+ SA, M. Maxime SAADA, directeur général, M. Frédéric VINCENT, directeur des technologies et systèmes d'information, M. Xavier GANDON, directeur général de D8.

- Société TF1 pour le projet « TMC », représentée par M<sup>me</sup> Céline NALLET, directrice générale des chaînes TMC, NT1 et HD1, M. Franck MERIAU, directeur de la diffusion, M. Hervé PAVARD, directeur des technologies, des systèmes d'information, des moyens internes et de la sécurité, M<sup>me</sup> Nathalie LASNON, directrice des affaires réglementaires et de la concurrence.

- Société TF1 pour le projet « LCI », représentée par M<sup>me</sup> Catherine NAYL, directrice générale adjointe à l'information, M. Éric JAOUEN, secrétaire général de l'information, M. Hervé PAVARD, directeur des technologies, des systèmes d'information, des moyens internes et de la sécurité, M. Jean-Michel COUNILLON, secrétaire général du groupe TF1.

- Société QVC France pour le projet « QVC », représentée par M. Bruce COGITOIRE, directeur financier de QVC France, M<sup>me</sup> Christelle-Laure COLLIN, directrice marketing & communication, M. Olivier HERMEN, directeur des opérations médias, M<sup>me</sup> Chantal ROUX, acheteuse.

- Société Groupe Canal+ pour le projet « Planète + », représentée par M. Jean-Christophe THIERY, président du directoire du groupe Canal+ SA, M. Maxime SAADA, directeur général, M. Frédéric VINCENT, directeur des technologies et systèmes d'information, M<sup>me</sup> Christine CAUQUELIN, directrice des chaînes thématiques découvertes.

- Société Groupe Canal+ pour le projet « I-Télé », représentée par M. Jean-Christophe THIERY, président du directoire du groupe

### **23 septembre**

#### **• Appel à candidatures du 29 juillet 2015 pour l'édition de services de télévision à vocation nationale diffusée par voie hertzienne terrestre en haute définition (suite)**

- Société Groupe Canal+ pour le projet « Canal+ Cinéma », représentée par M. Jean-Christophe THIERY, président du directoire du groupe Canal+ SA, M. Maxime SAADA, directeur général, M. Frédéric VINCENT, directeur des technologies et systèmes d'information, M. Didier LUPFER, directeur du cinéma.

- Société TF1 pour le projet « NT1 », représentée par M<sup>me</sup> Céline NALLET, directrice générale des chaînes TMC, NT1 et HD1, M. Franck MERIAU, directeur de la diffusion, M. Hervé PAVARD, directeur des technologies, des systèmes d'information, des moyens internes et de la sécurité, M<sup>me</sup> Nathalie LASNON, directrice des affaires réglementaires et de la concurrence.

- Société Groupe Canal+ pour le pro-

Canal+ SA, M. Maxime SAADA, directeur général, M. Frédéric VINCENT, directeur des technologies et systèmes d'information, M. Guillaume ZELLER, directeur de la rédaction d'I-Télé.

• **Bilan de l'activité de France Médias Monde**  
M<sup>me</sup> Marie-Christine SARAGOSSE, présidente, M. Victor ROCARIES, directeur général délégué, M<sup>me</sup> Cécile MEGIE, directrice de RFI, M. Marc SAIKALI, directeur de France 24, M<sup>me</sup> Souad EL TAYEB, directrice de Monte Carlo Doualiya, et M<sup>me</sup> Geneviève GOËTZINGER, directrice des relations institutionnelles.

#### **24 septembre**

• **Situation du groupe Canal +**

Le Conseil a procédé à l'audition de M. Vincent Bolloré, président du conseil de surveillance du groupe Canal +, accompagné de M. Jean-Christophe THIERY, président du directoire, et de M. Maxime SAADA, directeur général.

#### **28 septembre**

• **Examen de la demande d'agrément de modification du contrôle de la société Diversité TV France SAS (Numéro 23)**

- Société MCETV, représentée par M. Pierre AZOULAY, président, M. Ludovic PLACE, directeur général.  
- Société Fiducial Médias, représentée par M. Didier MAÏSTO, président.  
- Société NextRadio TV, représentée par M. Alain WEILL, président, M. Damien BERNET, directeur général adjoint, M<sup>me</sup> Bénédicte LEFEBRE du PREY, directrice des ressources humaines et responsable de la diversité, M<sup>me</sup> Guenaelle TROLY, directrice générale adjointe de RMC Découverte.  
- Société France Télévisions représentée par M<sup>me</sup> Laetitia RECAYTE, directrice du développement commercial, M. Christian VION, secrétaire général, M. Florent DUMONT, directeur des études et du marketing antenne.

#### **30 septembre**

• **Préparation du passage de la TNT à la norme MPEG-4**

M. Gilles BRÉGANT, directeur général de l'Agence nationale des fréquences (ANFR).

## **OCTOBRE**

#### **5 octobre**

• **Examen du projet de partenariat stratégique entre NextRadio TV et Altice**

M. Patrick DRAHI, président-directeur général d'Altice, M. Alain WEILL, président du groupe NextRadioTV, M. Damien BERNET, directeur général adjoint du groupe NextRadioTV, et M. Jérémie BONNIN, secrétaire général d'Altice.

#### **13 octobre**

• **Procédure de sanction à l'encontre de la société Diversité TV (Numéro 23)**

Dans le cadre de la procédure de sanction engagée par le rapporteur indépendant, à l'encontre de la société Diversité TV France SAS, le Conseil a procédé à nouveau à l'audition du rapporteur indépendant et de la société Diversité TV, représentée par M. Pascal HOUZELOT, président, M. Damien CUIER, directeur général, M<sup>e</sup> Antoine DELVOLVE, avocat, M<sup>e</sup> Stéphanie COEN, avocate, M<sup>e</sup> Pascal WILHELM, avocat, M. Bruno DONRERO, professeur à l'université Paris I, Panthéon-Sorbonne.

Par ailleurs, le Conseil a procédé à l'audition, en présence du rapporteur indépendant et de la société Diversité TV France SAS, de la société NextRadioTV, représentée par M. Alain WEILL, président, M. Damien BERNET, directeur général adjoint, M<sup>e</sup> François MOLINIÉ, avocat, M<sup>e</sup> Olivier ASSANT, avocat.

• **Examen de la demande d'agrément de modification du contrôle de la société Diversité TV France SAS (Numéro 23)**

Société Diversité TV France SAS, représen-

tée par M. Pascal HOUZELOT, président, M. Damien CUIER, directeur général, M<sup>me</sup> Nathalie DROUAIRES, directrice des programmes, M<sup>me</sup> Carine BRULÉ, responsable des acquisitions et programmation.

#### **20 octobre**

- **Demandes de passage en clair des chaînes LCI, Paris Première et Planète + : audition des tiers**

Dans le cadre des demandes de passage en TNT gratuite de LCI, Paris Première et Planète+, et dès avant l'établissement des études d'impact, le Conseil a entendu les tiers qui en ont fait la demande :

- Groupe NextRadioTV au sujet de la chaîne LCI : M. Alain WEILL, président, M. Guillaume DUBOIS, directeur général de BFM TV, M. Hervé BÉROUD, directeur de l'information de Paris Première.
- Groupe NextRadioTV au sujet de la chaîne Paris Première : M. Alain WEILL, président, et M. Damien BERNET, directeur général adjoint.
- Groupe NextRadio TV au sujet de la chaîne Planète + : M. Alain WEILL, président, M. Frank LANOUX, directeur délégué, vice-président de RMC Découverte.
- Groupe Orange au sujet de la chaîne LCI : M. Serge LAROYE, directeur des contenus, M. Bertrand TANI, directeur des relations institutionnelles à la direction des contenus, et M. François DAVID, responsable réglementation et relations institutionnelles à la direction des contenus.
- Groupe Orange au sujet de la chaîne Paris Première : M. Serge LAROYE, directeur des contenus, M. Bertrand TANI, directeur des relations institutionnelles à la direction des contenus, et M. François DAVID, responsable réglementation et relations institutionnelles à la direction des contenus.

#### **21 octobre**

- **Projet de lancement d'un appel à candidatures radio dans la zone de Lorient**

À la suite de la publication de l'étude d'impact préalable au lancement d'un appel à candidatures radio dans la zone de Lorient, le Conseil a procédé à l'audition de M. Dominique LE BOUDEC, président de Radio Bonheur.

#### **22 octobre**

- **Demandes de passage en clair des chaînes LCI, Paris Première et Planète + : audition des tiers (suite)**

- Société Fiducial Médias au sujet des chaînes LCI et Paris Première : M. Didier MAÏSTO, président.
- Société NRJ Group au sujet de la chaîne Paris Première : M<sup>me</sup> Maryam SALEHI, directeur délégué à la direction générale, M. Jean-François MOINARD, directeur délégué finances et activités internationales, M. Guillaume PERRIER, secrétaire général du Pôle Télévision, M<sup>me</sup> Virginie ROBERT, directrice marketing NRJ Global, et M<sup>me</sup> Aurélie BREVAN-MASSET, directeur des relations institutionnelles. ;
- Association ACCeS au sujet des chaînes LCI et Paris Première : M. Gérald-Brice VIRET, président de l'ACCeS et directeur délégué des chaînes Lagardère, M<sup>me</sup> Caroline GUENETTAU, directrice juridique de beIN Sports, M. Thierry CAMMAS, président des chaînes Game One et J-One, et M. Guillaume GRONIER, délégué général de l'ACCeS.
- La SCAM au sujet de la chaîne Planète + : M. Hervé RONY, directeur général de la SCAM, et M. Nicolas MAZARS, responsable juridique de l'audiovisuel et de l'action professionnelle.
- Groupe France Télévisions au sujet de la chaîne LCI : M. Christian VION, secrétaire général de France Télévisions, M<sup>me</sup> Priscille DUCOMET, directrice générale adjointe de France Télévisions Publicité, et M. Florent DUMONT, directeur des études et du marketing antenne.
- Groupe France Télévisions au sujet de la

chaîne Paris Première : M<sup>me</sup> Caroline GOT, directrice générale déléguée à la stratégie et aux programmes, M<sup>me</sup> Priscille DUCOMET, directrice générale adjointe de France Télévisions Publicité, et M. Florent DUMONT, directeur des études et du marketing antenne.

- Groupe France Télévisions au sujet de la chaîne Planète+ : M. Christian VION, secrétaire général de France Télévisions, M. Michel FIELD, directeur exécutif de France 5, M<sup>me</sup> Caroline BEHAR, directrice de l'unité documentaire de France 5.

## **NOVEMBRE**

### **4 novembre**

- Projet de plateforme internet Molotov.tv**  
M. Jean-David Blanc, M. Jean-Marc Denoual et M. Pierre Lescure.

### **18 novembre**

- Appel à candidatures du 8 juillet 2015 pour l'édition d'une chaîne locale dans la zone de Villefranche-sur-Saône / Lyon / Vienne**

Société anonyme lyonnaise de télévision TLM, représentée par M. Laurent CONSTANTIN, président-directeur général, et M. Jean-Pierre VACHER, directeur d'antenne et des programmes.

### **25 novembre**

- Procédure de reconduction des autorisations délivrées aux chaînes Télémante et Kwezi (Mayotte)**

Dans le cadre de la procédure de reconduction hors appel à candidatures de l'autorisation délivrée à la SARL Kwezi Télévision, éditeur du service Kwezi Télévision, le Conseil a procédé à l'audition publique de son représentant M. Patrick MILLAN, gérant de la société et directeur de publication de la chaîne.

Par ailleurs, dans le cadre de la procédure de reconduction hors appel à candidatures de l'autorisation délivrée à l'association Télémante Mayotte, éditrice du service Télémante, le Conseil a procédé à l'audition publique de

son représentant, M. Thierry MAC-LUCKIE, président de l'association et directeur de publication de la chaîne.

### **• Situation de France Télévisions**

M<sup>me</sup> Delphine ERNOTTE-CUNCI, présidente de France Télévisions, accompagnée de M. Vincent MESLET, directeur exécutif de France 2, M<sup>me</sup> Dana HASTIER, directrice exécutive de France 3, M. Pascal GOLOMER, directeur exécutif en charge de l'information, et M<sup>me</sup> Caroline GOT, directrice générale déléguée à la stratégie et aux programmes.

## **DÉCEMBRE**

### **3 décembre**

- Demandes de passage en clair des chaînes LCI, Paris Première et Planète + : suites de la publication des études d'impact**

#### **Au sujet de LCI :**

- Syndicat des journalistes de BFMTV représenté par M<sup>me</sup> Leslie CADIOU, membre de la SDJ de BFM TV, M. Régis DESCONCLOIS, membre de la SDJ de BFM TV, M. François PITREL, membre de la SDJ de BFM TV, M<sup>me</sup> Céline BRUEL, déléguée du comité d'entreprise de NextRadioTV

- association ACCeS représentée par M. Thierry CAMMAS, président, gérant de Game One et J-One, M. Guillaume GRONIER, délégué général de l'ACCeS, M<sup>me</sup> Léonor GRANDSIRE, présidente de NBC Universal, 13<sup>ème</sup> Rue.

#### **Au sujet de Paris Première :**

- association ACCeS, représentée par M. Thierry CAMMAS, président, gérant de Game One et J-One, M. Guillaume GRONIER, délégué général de l'ACCeS, M<sup>me</sup> Léonor GRANDSIRE, présidente de NBC Universal, 13<sup>ème</sup> Rue.

### **4 décembre**

- Demandes de passage en clair des chaînes LCI, Paris Première et Planète + : suites de la publication des études d'impact**

**Au sujet de Paris Première :**

- Groupe NRJ, représenté par M<sup>me</sup> Maryam SALEHI, directeur délégué à la direction générale, M. Guillaume PERRIER, secrétaire général du pôle Télévision, M<sup>me</sup> Virginie ROBERT, directrice marketing NRJ Global, M<sup>me</sup> Aurélie BREVAN-MASSET, directrice des relations institutionnelles.

**Au sujet de LCI :**

- Groupe NextRadioTV, représenté par M. Alain WEILL, président-directeur général, M. Guillaume DUBOIS, directeur général de BFM TV, M. Hervé BÉROUD, directeur de l'information, M<sup>me</sup> Ruth ELKRIEF, éditorialiste.

**Au sujet de Paris Première :**

- Groupe NextRadioTV, représenté par M. Alain WEILL, président-directeur général, M. Damien BERNET, directeur général adjoint de NextRadio TV.

**Au sujet de Planète + :**

- Groupe NextRadioTV représenté par M. Alain WEILL, président-directeur général, M. Frank LANOUX, directeur général délégué et vice-président de RMC Découverte, M<sup>me</sup> Guenaelle TROLY, directrice générale adjointe et directrice des programmes et de l'antenne de RMC Découverte.

**Au sujet de LCI :**

- Groupe Lagardère représenté par M. Richard LENORMAND, directeur général du pôle Radio TV, M<sup>me</sup> Anne FAUCONNIER, secrétaire générale du pôle Radio TV, M<sup>me</sup> Marie RENOIR, directrice générale de la régie publicitaire, M<sup>me</sup> Cécile DURAND, directrice des relations institutionnelles.

**9 décembre**

- **Procédure de reconduction hors appel à candidatures de l'autorisation délivrée**

**à TV Rennes 35**

Dans le cadre de la procédure de reconduction hors appel à candidatures de l'autorisation du service de télévision locale TV Rennes 35 Bretagne, le Conseil a procédé à l'audition des représentants de la société éditrice : M<sup>me</sup> Aurélie ROUSSEAU, directrice générale, M. Stéphane BESNIER, directeur de l'information, M. Olivier BARDOULT, directeur administratif et financier.

**10 décembre**

**• Demandes de passage en clair des chaînes LCI, Paris Première et Planète + : suites de la publication des études d'impact**

- Groupe TF1, représenté par M. Nonce PAOLINI, président-directeur général, M<sup>me</sup> Catherine NAYL, directrice générale adjointe à l'information, M. Éric JAOUEN, secrétaire général de l'information, M. Jean-Michel COUNILLON, secrétaire général.

- Groupe M6, représenté par M. Nicolas de TAVERNOST, président du directoire, M. Philippe BONY, président de Paris Première, M. Jonathan CURIEL, directeur général de Paris Première, M. Thomas VALENTIN, vice-président du directoire, en charge des antennes et des contenus, M<sup>me</sup> Anaïs BOUTON, directrice des programmes de Paris Première.

- Société Groupe Canal+, représentée par M. Jean Christophe THIERY, président du directoire de Groupe Canal+ SA, M. Maxime SAADA, directeur général, M. Grégoire CASTAING, directeur financier, M<sup>me</sup> Christine CAUQUELIN, directrice des chaînes thématiques découverte, M<sup>me</sup> Francine MEYER, présidente de Canal+ Régie.

# Décisions et ordonnances des juridictions administratives relatives à des décisions du CSA

Au cours de l'année 2015, 33 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 et le tribunal administratif de Paris.

S'agissant du Conseil d'État, deux ordonnances constatent le désistement de requérants, et une décision attribue le jugement d'une requête à la Cour administrative d'appel de Paris.

Outre les trois décisions précitées, le Conseil d'État a rendu 25 décisions, dont cinq annulant des décisions du CSA et une renvoyant une question prioritaire de constitutionnalité.

La Cour administrative d'appel de Paris a rendu deux arrêts. Enfin, le tribunal administratif de Paris a rendu deux jugements, dont un avant-dire-droit, et a transmis une requête au Conseil d'État.

Le Conseil d'État a, pour la première fois dans le cadre d'une affaire relative au CSA, décidé de solliciter un avis technique en application de l'article R. 625-2 du code de justice administrative. Il a également rejeté la demande de récusation présentée par l'une des parties à l'encontre de la personne nommée en application de ces dispositions.

La Cour administrative d'appel de Paris a, quant à elle, annulé partiellement une décision de rejet de candidature d'un service de radio après réexamen découlant d'une annulation contentieuse du refus d'autorisation initial qui lui avait été opposé.

L'ensemble des autres requêtes en annulation dirigées contre des actes du CSA a été rejeté.

À l'exception des ordonnances de désistement et de renvoi, l'ensemble des décisions juridictionnelles est listé 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 au site internet Légifrance et à celui du Conseil d'État<sup>1</sup>.

(169)

## CONSEIL D'ÉTAT

- **Conseil d'État, 4 février 2015, SARL Média France et SARL Forum production, n° 367515 et 367516 :** décisions du 15 janvier 2013 par lesquelles le CSA a, d'une part, rejeté la candidature de ces sociétés pour l'attribution d'une fréquence en vue de l'exploitation d'un service de radio par voie hertzienne en mode numérique et, d'autre part, autorisé la SARL Médi 1 France à exploiter un service de radio de catégorie D par voie hertzienne terrestre

<sup>1</sup><http://www.conseil-etat.fr/fr/base-de-jurisprudence/>

**ANNEXE 2**  
**DÉCISIONS ET ORDONNANCES DES JURIDICTIONS ADMINISTRATIVES**  
**RELATIVES À DES DÉCISIONS DU CSA**

en mode numérique dénommé « Médi 1 France », la SAS Onde numérique à exploiter un service de même nature dénommé « On'R, la radio de toute la famille » et la SARL Paname à exploiter un service de même nature dénommé « Paname ». Décision du 4 février 2015. Rejet des requêtes.

• **Conseil d'État, 4 février 2015, Association Racif, n° 367519** : décisions du 15 janvier 2013 par lesquelles le CSA a, d'une part, rejeté la candidature de l'association requérante pour l'attribution d'une fréquence en vue de l'exploitation d'un service de radio par voie hertzienne terrestre en mode numérique et, d'autre part, autorisé la SARL Médi 1 France à exploiter un service de radio de catégorie D par voie hertzienne terrestre en mode numérique dénommé «Médi 1 France», la SAS Onde numérique à exploiter un service de même nature dénommé «On'R, la radio de toute la famille» et la SAS Go on Media France à exploiter un service de même nature dénommé « Goom Hits ». Rejet de la requête.

• **Conseil d'État, 4 février 2015, SIRTI, n° 367136** : décision n° 2013-6 du 15 janvier 2013 autorisant la SAS Onde numérique à utiliser une ressource radioélectrique pour la distribution de services de radio multiplexés à temps complet ou partagé et de services autres que de radio et de télévision à l'exclusion des services de médias audiovisuels à la demande, diffusés par voie hertzienne terrestre en mode numérique. Rejet de la requête.

• **Conseil d'État, 11 février 2015, Société Tamoul Télévision Network, n° 372501** : décision du 31 juillet 2013 rejetant une demande de conventionnement d'un service de télévision dénommé «Tamoul Télévision Network». Rejet de la requête.

• **Conseil d'État, 16 mars 2015, Association Radio Enghien, n° 368383** : décision du 15 janvier 2013 rejetant une candidature pour l'exploitation d'un service de radio multiplexé diffusé par voie hertzienne terrestre numérique à temps complet sur la zone de Paris. Rejet de la requête.

• **Conseil d'État, 18 mars 2015, Société Vortex, n° 368878** : décision du 12 mars 2013 arrêtant la liste des candidats présélectionnés dans la zone de Saintes. Rejet de la requête comme irrecevable.

• **Conseil d'État, 15 avril 2015, Association Calédonienne pour la liberté d'expression et le pluralisme des médias, « Calédonie ensemble » et M. Philippe Gomes, n° 368746** : décision n° 2013-183 du 22 janvier 2013 autorisant l'association Image-Communication-Information (ICI) à exploiter un service de télévision locale généraliste dénommé NC9 diffusant en mode numérique en Nouvelle-Calédonie. Rejet de la requête.

• **Conseil d'État, 29 avril 2015, SARL Générations RNT, n° 366838** : décision n° 2013-100 du 15 janvier 2013 autorisant la société requérante à exploiter un service de radio de catégorie D par voie hertzienne terrestre en mode numérique, en tant qu'elle ne l'a autorisé à émettre que sur un canal du multiplex 6 correspondant à un allotissement local. Rejet de la requête.

• **Conseil d'État, 8 juin 2015, Société Vortex, n° 371386** : décision du 26 février 2013 par laquelle le CSA a arrêté le calendrier des appels à candidatures envisagés pour l'année 2013, au titre des services de radios diffusés en modulation de fréquence par voie analogique, ainsi que la décision du 12 juin 2013, notifiée le 18 juin 2013, par laquelle il a rejeté son recours gracieux. Rejet de la requête comme irrecevable.

**DÉCISIONS ET ORDONNANCES DES JURIDICTIONS ADMINISTRATIVES  
RELATIVES À DES DÉCISIONS DU CSA**

• **Conseil d'État, Assemblée, 17 juin 2015, Société La Chaîne Info (LCI), n° 384826 :** décision n° 2014-357 du 29 juillet 2014 par laquelle le Conseil supérieur de l'audiovisuel a refusé d'agrérer la modification des modalités de financement du service de télévision à caractère national diffusé par voie hertzienne terrestre en mode numérique dénommé « LCI ». Annulation dès lors que le CSA n'a pas publié l'étude d'impact prévue par les dispositions de l'article 42-3 de la loi du 30 septembre 1986 en temps utile afin de permettre au demandeur et aux autres personnes intéressées de présenter leurs observations.

• **Conseil d'État, Assemblée, 17 juin 2015, Société Métropole Télévision et société Paris Première, n° 385474 :** décision n° 2014-358 du 29 juillet 2014 par laquelle le Conseil supérieur de l'audiovisuel a refusé d'agrérer la modification des modalités de financement du service de télévision à caractère national diffusé par voie hertzienne terrestre en mode numérique dénommé « Paris Première ». Annulation dès lors que le CSA n'a pas publié l'étude d'impact prévue par les dispositions de l'article 42-3 de la loi du 30 septembre 1986 en temps utile afin de permettre au demandeur et aux autres personnes intéressées de présenter leurs observations.

• **Conseil d'État, 3 juillet 2015, SARL Média Bonheur, n° 372784 :** décision du 10 juillet 2013 par laquelle le CSA a rejeté des demandes d'autorisation d'exploiter par voie hertzienne terrestre le service « Radio Bonheur » dans les zones de Brest, Lorient, Nantes et Rennes, et décisions n° 2013-585, 2013-586, 2013-588, 2013-590, 2013-591, 2013-593 et 2013-595 du 10 juillet 2013 par lesquelles il a autorisé la SARL Virgin Radio, la SAS Radio Nostalgie Réseau, la SAS Radio Nostalgie, la SAS Radio Classique, la SA MFM développement, la SA SERC et la SAS Rire et Chansons

à diffuser des programmes de radio dans ces quatre zones. Rejet de la requête.

• **Conseil d'État, 22 juillet 2015, SIRTI et Société Vortex, n° 374114, 374183, 383009 :** décision du 11 décembre 2013 relative à la fixation des règles permettant de déterminer la somme des populations desservies par un service de radio autorisé en mode analogique par voie hertzienne terrestre. Décision avant-dire droit par laquelle le Conseil d'État désigne une personne chargée d'émettre un avis technique sur la méthode utilisée par le CSA pour déterminer les populations desservies par chaque service de radio autorisé en mode analogique par voie hertzienne terrestre afin de vérifier le respect du plafond de couverture de la population par un même opérateur titulaire d'autorisations d'usage de fréquences pour un ou plusieurs services de radio.

• **Conseil d'État, 27 juillet 2015, Société Vortex, n° 371451 :** décision du 29 mai 2013 rejetant la candidature de la société requérante dans les zones de Saint-Pourçain-sur-Sioule, Saint-Gervais-d'Auvergne et Rochechouart du CTA de Clermont-Ferrand. Rejet de la requête.

• **Conseil d'État, 27 juillet 2015, Société Vortex, n° 371452 :** décision du 22 mai 2013 rejetant la candidature de la société requérante dans la zone d'Annemasse du CTA de Lyon. Rejet de la requête.

• **Conseil d'État, 27 juillet 2015, Association Radio Color, n° 373733 :** décision CSA du 18 septembre 2013 rejetant une demande d'autorisation à Épinal (en exécution de l'annulation contentieuse d'une décision de rejet du CSA ; voir CE, 17 juillet 2013, n° 353819). Annulation de la décision du CSA en tant qu'elle refuse le lancement d'un

**ANNEXE 2**  
**DÉCISIONS ET ORDONNANCES DES JURIDICTIONS ADMINISTRATIVES**  
**RELATIVES À DES DÉCISIONS DU CSA**

appel à candidatures pour l'exploitation d'un service de radiodiffusion sonore par voie hertzienne dans la zone d'Épinal. Injonction de lancer un appel sur une fréquence disponible.

• **Conseil d'État, 27 juillet 2015, SARL Média Bonheur, n° 374185 :** décision CSA du 16 octobre 2013 rejetant la candidature de la société requérante dans la zone de Laval, postérieurement à l'annulation contentieuse (CE, 23 septembre 2013, n° 351109) du rejet initial qui lui avait été opposé. Annulation de la décision du CSA en tant qu'elle refuse le lancement d'un appel à candidatures pour l'exploitation d'un service de radiodiffusion sonore par voie hertzienne dans la zone d'Épinal. Non-lieu à statuer sur le surplus des conclusions.

• **Conseil d'État, 9 octobre 2015, Société Vortex, n° 388928 :** pourvoi contre le jugement avant dire-droit n° 1315659/5-3 du 14 janvier 2015 par lequel le tribunal administratif de Paris a rejeté la demande de la société requérante tendant à l'annulation de la décision implicite née le 2 septembre 2013 par laquelle le président du CSA aurait rejeté sa demande de communication de recommandations relatives à la mention des réseaux sociaux dans les programmes de télévision et de radio. Non-admission du pourvoi en cassation.

• **Conseil d'État, 9 octobre 2015, Société Vortex, n° 388930 :** pourvoi contre le jugement n° 1315659/5-3 du 18 février 2015 par lequel le tribunal administratif de Paris a rejeté la demande de la société requérante tendant à l'annulation des recommandations relatives à la mention des réseaux sociaux dans les programmes de télévision et de radio. Non-admission du pourvoi en cassation.

• **Conseil d'État, 16 octobre 2015, Sociétés Nextradio TV et BFM Business TV, n° 375701 :** décision de rejet implicite de la demande du 16 décembre 2013 des sociétés requérantes tendant à l'organisation d'un appel à candidatures en vue de l'attribution des fréquences disponibles pour la diffusion de services de télévision numérique terrestre. Non-lieu à statuer sur la requête.

• **Conseil d'État, 4 novembre 2015, Société Vortex, n° 374183 :** Demande de récusation de la personne désignée par la décision du 22 juillet 2015 du Conseil d'État (n° 374114, 383009 et 374183) afin d'émettre un avis technique en application des dispositions de l'article R 625-2 du CJA. Rejet de la demande de récusation.

• **Conseil d'État, 20 novembre 2015, Société Vortex, n° 372452 :** décision du 26 juin 2013 rejetant la candidature de la société requérante dans les zones de La Brigue et Calvi du CTA de Marseille. Rejet de la requête.

• **Conseil d'État, 27 novembre 2015, Comité de défense des auditeurs de Radio Solidarité (Radio Courtoisie), n° 374373 :** décision n° 2013-518 du 24 juillet 2013 mettant en demeure le service exploité par l'association requérante en raison de propos relatifs au mariage de personnes de même sexe, ainsi qu'une décision du CSA du 23 octobre 2013 rejetant son recours gracieux contre cette décision. Annulation de la décision en tant qu'elle met l'association en demeure de respecter les obligations prévues par l'article 2-3 de la convention et la décision du 23 octobre 2013 du CSA rejetant le recours gracieux. Le surplus des conclusions de la requête est rejeté.

- **Conseil d'État, 23 décembre 2015, Société Iliad et Société Free, n° 393909 :** décision n° 2015-291 du 28 juillet 2015 du Conseil supérieur de l'audiovisuel relative à un différend opposant la société Azur TV aux sociétés Iliad et Free, relatif au refus de reprise du service Azur TV par le distributeur de service Free. Renvoi d'une question prioritaire de constitutionnalité au Conseil constitutionnel.

- **Conseil d'État, 30 décembre 2015, Société Vortex, n° 390046 :** recommandations, contenues dans un courrier du 23 janvier 2013 et adoptées le 3 janvier 2013 par le Conseil supérieur de l'audiovisuel, relatives à la mention des réseaux sociaux dans les programmes de télévision et de radio. Rejet de la requête comme irrecevable.

refuse de lancer un appel à candidatures pour l'exploitation d'un service de radiodiffusion sonore par voie hertzienne terrestre dans la zone d'Épinal. Injonction de lancer un appel sur la fréquence 100,7 MHz.

- **CAA Paris, 7 décembre 2015, Association Oxygène, n° 14PA05243 :** décision du 15 octobre 2014 par laquelle le Conseil a rejeté la demande de l'association requérante tendant à l'ouverture d'un appel à candidatures pour l'exploitation de services de radio par voie hertzienne terrestre sur la zone de Fontainebleau. Rejet de la requête.

## TRIBUNAL ADMINISTRATIF DE PARIS

(173)

## COUR ADMINISTRATIVE D'APPEL DE PARIS

- **CAA Paris, 7 décembre 2015, SAS Soprodi Radios Régions, n° 14PA05326 :** décision du 20 novembre 2013 par laquelle le CSA, statuant en exécution de la chose jugée, a rejeté la candidature de la société requérante pour l'exploitation du service de radiodiffusion « Radio Star » dans la zone d'Épinal à la suite de la décision du Conseil d'État n° 353469/354182 du 21 octobre 2013 ayant annulé la décision du CSA en date du 19 juillet 2011 rejetant sa candidature. Annulation de la décision en tant que le CSA

- **TA Paris, 14 janvier 2015, Société Vortex, n° 1315659/5-1 :** décision implicite du CSA du 5 septembre 2013 refusant de lui communiquer les recommandations adoptées le 3 janvier 2013 s'agissant de la mention des réseaux sociaux dans les programmes de télévision et de radio. Jugement avant-dire droit, rejet partiel des conclusions.

- **TA Paris, 18 février 2015, Société Vortex, n° 1315659/5-1 :** décision implicite du CSA du 5 septembre 2013 refusant de lui communiquer les recommandations adoptées le 3 janvier 2013 s'agissant de la mention des réseaux sociaux dans les programmes de télévision et de radio. Rejet du surplus des conclusions.

## ANNEXE 3

# Les avis, délibérations, recommandations et chartes adoptés par le CSA et publiés en 2015

## AVIS AU GOUVERNEMENT

- 174
- Avis n° 2015-04 du 25 février 2015 relatif au projet de modification du tableau national de répartition des bandes de fréquences.
  - Avis n° 2012015-09 du 3 juin 2015 relatif au projet de décret modifiant le cahier des charges de la société nationale de programme France Télévisions.
  - Avis n° 2015-16 du 30 septembre 2015 sur un projet de modification de l'arrêté du 24 décembre 2001 relatif à la télévision numérique hertzienne terrestre fixant les caractéristiques des signaux émis.
  - Avis n° 2015-18 du 30 septembre 2015 relatif au rapport d'exécution pour l'année 2014 du contrat d'objectifs et de moyens entre l'État et France Médias Monde.
  - Avis n° 2015-20 du 4 novembre 2015 relatif au projet de décret portant modification du code des postes et des communications électroniques relatif à la libération du deuxième dividende numérique et au déploiement des services mobiles dans la bande 694-790 MHz.

- Avis n° 2015-22 du 25 novembre 2015 relatif au projet de contrat d'objectifs et de moyens de la société nationale de programme Radio France pour la période 2015-2019.

## DÉLIBÉRATIONS ET RECOMMANDATIONS

### *Consultations électorales ou référendaires*

- Recommandation du 2 septembre 2015 aux services de radio et de télévisions en vue de l'élection des conseillers régionaux, des conseillers aux assemblées de Corse, de Guyane et de Martinique des 6 et 13 décembre 2015.

### *Autres sujets*

- Délibération n° 2015-2 du 4 février 2015 relative au respect des droits des femmes par les sociétés mentionnées à l'article 20-1-A de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986.

## CHARTE

- Charte de qualité pour l'usage de la Langue des signes française (LSF) dans les programmes télévisés.

# Comités territoriaux de l'audiovisuel : nominations et renouvellements de mandats en 2015

## CTA DES ANTILLES ET DE LA GUYANE

- M. Henri NEYRON a été nommé membre à compter du 25 janvier 2015.

## CTA de BORDEAUX

- M<sup>me</sup> Édith REMOND a été reconduite dans ses fonctions de membre à compter du 6 février 2015.
- M. Jean CHARRON a été reconduit dans ses fonctions de membre à compter du 11 février 2015.
- M<sup>me</sup> Maryline BOMPARD a été nommée membre à compter du 24 juin 2015.

## CTA DE CAEN

- M. Robert LE GOFF, président du tribunal administratif de Caen, a été nommé président du comité territorial de l'audiovisuel de Caen par le vice-président du Conseil d'État le 20 mars 2015.
- M. Michel DUFOUR a été reconduit dans ses fonctions de membre à compter du 7 mars 2015.
- M<sup>me</sup> Brigitte SMADJA a été reconduite dans ses fonctions de membre à compter du 13 novembre 2015.

## CTA DE CLERMONT-FERRAND

- M. Henri DUBREUIL, président du tribunal administratif honoraire, a été reconduit dans ses fonctions de président du comité territorial de l'audiovisuel de Clermont-Ferrand par le vice-président du Conseil d'État le 30 janvier 2015.
- M. Dominique MARTINIE a été reconduit dans ses fonctions de membre à compter du 11 avril 2015.
- M. Dominique BÉJOT a été reconduit dans ses fonctions de membre à compter du 12 août 2015.

175

## CTA DE DIJON

- M<sup>me</sup> Laurence GAUTHIER a été nommée membre à compter du 13 mars 2015.
- M<sup>me</sup> Anne-Céline CARTIER a été nommée membre à compter du 13 juin 2015.
- M. André BLONDY a été reconduit dans ses fonctions de membre à compter du 13 mars 2015.

## CTA DE LILLE

- M. Roger LEMAIRE et M. Gilles MERCIER ont été reconduits dans leurs fonctions de membres à compter du 31 mai 2015.

**ANNEXE 4**  
**COMITÉS TERRITORIAUX DE L'AUDIOVISUEL :**  
**NOMINATIONS ET RENOUVELLEMENTS DE MANDATS EN 2015**

**CTA DE LYON**

- M. Henri LECLERC a été reconduit dans ses fonctions de membre à compter du 4 octobre 2015.
- M. Jean-Louis CHANUT a été reconduit dans ses fonctions de membre à compter du 30 novembre 2015.

**CTA DE MARSEILLE**

- M. Daniel GANDREAU, président honoraire du corps des tribunaux administratifs et des cours administratives d'appel, a été reconduit dans ses fonctions de président du comité territorial de l'audiovisuel de Marseille par le vice-président du Conseil d'Etat le 14 septembre 2015.

**CTA DE NOUVELLE-  
CALÉDONIE**

- M<sup>me</sup> Viviane ARHOU a été reconduite dans ses fonctions de membre à compter du 24 novembre 2015.
- M. Wassissi KONYI et M. Nicolas VIGNOLES ont été nommés membre à compter du 24 novembre 2015.

**CTA DE POITIERS**

- M<sup>me</sup> Nathalie MASSIAS, présidente du tribunal administratif de Poitiers, a été nommée présidente du comité territorial de l'audiovisuel de Poitiers par le vice-président du Conseil d'Etat le 20 mars 2015 ;
- M. Bernard JIQUEL a été reconduit dans ses fonctions de membre à compter du 30 janvier 2015.

- M. Francis DEGUILLY a été reconduit dans ses fonctions de membre à compter du 15 mai 2015.

**CTA DE POLYNÉSIE**

- M. Jean-Yves TALLEC, président du tribunal administratif de la Polynésie française, a été nommé président du comité territorial de l'audiovisuel de la Polynésie française par le vice-président du Conseil d'Etat le 19 décembre 2014 ;
- M. Éric BOURGEOIS a été reconduit dans ses fonctions de membre à compter du 16 avril 2105.

**CTA DE RENNES**

- M. Bertrand LETHU et M. Gilles SUIGNARD ont été nommés membres à compter 14 janvier 2015.

**CTA DE LA RÉUNION ET DE  
MAYOTTE**

- M. Jean BRENIER, président honoraire du corps des tribunaux administratifs et des cours administratives d'appel, a été reconduit dans ses fonctions de président du comité territorial de l'audiovisuel de la Réunion et de Mayotte par le vice-président du Conseil d'Etat le 30 juin 2015.
- M. Philippe HO YEN a été reconduit dans ses fonctions de membre à compter du 12 juin 2015.

**CTA DE TOULOUSE**

- M<sup>me</sup> Nathalie DEUMIER a été reconduite dans ses fonctions de membre à compter du 15 mai 2015.

## Communiqués de presse

### JANVIER

**7 janvier** - Réaction du CSA à la suite de l'attentat perpétré au siège de *Charlie Hebdo*.

**12 janvier** - Le CSA met en place un suivi du traitement par les médias audiovisuels des événements des 7 et 8 janvier 2015.

**13 janvier** - Présentation de la deuxième édition des « 24 heures du sport féminin ».

**15 janvier** - Signature de la Charte de qualité pour l'usage de la Langue des Signes Française dans les programmes télévisés. Compte-rendu de la réunion avec l'ensemble des chaînes de radio et de télévision à la suite des événements des 7 et 8 janvier 2015.

**16 janvier** - Présentation des résultats de la vague 2014 du baromètre de la Diversité.

**23 janvier** - Olivier Schrameck assiste au tournage de la série *Un village français*.

**24 janvier** - Réaction du CSA à la suite du décès de José Arthur.

**28 janvier** - Désignation des responsables des groupes de travail du CSA.

### FÉVRIER

**2 février** - Le CSA lance un appel à candidatures pour des radios FM en Corse.

**3 février** - Appel à candidatures pour la fréquence TNT en Île-de-France : 14 dossiers déposés.

**4 février** - Adoption par le CSA de la procédure de nomination à la présidence de France Télévisions.

**10 février** - Première *Journée de la langue française dans les médias audiovisuels*.

**11 février** - Réaction du CSA à la suite du décès de Roger Hanin.

**12 février** - Traitement des attentats par les télévisions et les radios : le CSA rend ses décisions.

### MARS

**6 mars** - Rencontre sur la place des femmes dans les médias au ministère des Affaires sociales, de la Santé et des Droits des femmes. Émission *Bourdin direct* : BFMTV et RMC mises en demeure.

**9 mars** - Candidature pour l'attribution d'une fréquence TNT en Île-de-France : 13 dossiers admis à concourir.

**10 mars** - Réaction du CSA à la suite de l'accident survenu en Argentine sur le tournage de l'émission *Dropped*.

**12 mars** - Élections départementales : le CSA appelle l'attention de services de radio et de télévision.

**25 mars** - Situation à Radio France.

**25 mars** - Élections départementales : le CSA dresse le bilan de la campagne à l'issue du premier tour.

### AVRIL

**1<sup>er</sup> avril** - Ouverture des plis des candidatures à la présidence de France Télévisions.

**2 avril** - Élections départementales : le CSA dresse le bilan de la campagne du 23 au 27 mars 2015.

**8 avril** - Modalités de la procédure de nomination à la présidence de France Télévisions. Radio France : le CSA appelle à la mise en œuvre d'une procédure de résolution des conflits.

**9 avril** - Réaction du CSA à la suite du piratage de TV5 Monde.

**10 avril** - Troisième rencontre de l'ERGA à Paris le 14 avril 2015.

**14 avril** - L'ERGA adopte une déclaration sur la liberté d'expression et poursuit ses travaux en vue de contribuer à la réflexion de la Commission européenne sur la révision de la directive SMA.

## **ANNEXE 5** **COMMUNIQUÉS DE PRESSE**

**16 avril** - Le CSA lance une consultation publique pour préparer les évolutions du paysage télévisuel hertzien à l'occasion du passage au tout MPEG-4.

**23 avril** - Présidence de France Télévisions : partage des voix entre deux candidats à l'issue de deux votes.

Le CSA nomme Delphine Ernotte-Cunci à la présidence de France Télévisions.

**24 avril** - Le CSA publie le projet stratégique de Delphine Ernotte-Cunci pour France Télévisions.

**27 avril** - Le CSA, la DGMIC, le CNC, l'A.C.C.e.S et le SNPTV publient la 13<sup>e</sup> édition du Guide des chaînes numériques.

### **MAI**

**5 mai** - Déploiement de la RNT en métropole : lancement d'une consultation publique.

**7 mai** - Paris Tropiques FM : le comité territorial de Paris du CSA reste prêt à exercer une mission de conciliation, avec l'accord des parties.

**13 mai** - Auditions publiques pour l'attribution d'une fréquence TNT en Île-de-France.

**19 mai** - Réunion sur la diversité et la cohésion sociale jeudi 28 mai 2015.

**22 mai** - Le CSA lance un appel aux candidatures pour l'édition de services de télévision à vocation nationale diffusés par voie hertzienne en haute définition.

### **JUIN**

**3 juin** - Numéro 23 : communiqué du CSA.

**4 juin** - Déclaration des membres du CSA  
- *Nomination à France Télévisions : un choix assumé, un débat pour l'avenir.*

**8 juin** - Pour répondre aux nouveaux enjeux de l'audiovisuel, le CSA réorganise ses services. Auditions publiques pour l'attribution d'une fréquence TNT en Île-de-France : nouveaux horaires.

**16 juin** - Tropiques FM : la mission de conciliation est achevée.

**17 juin** - LCI et Paris Première : nouvel examen à prévoir des demandes de passage sur la TNT gratuite.

**18 juin** - Mise en garde de plusieurs chaînes à la suite de la diffusion d'images de Vincent Lambert.

Révision des procédures du CSA à la suite des décisions d'annulation du Conseil d'État du 17 juin 2015 sur les demandes de passage en gratuit de LCI et Paris Première.

**22 juin** - Déplacement de Patrice Gélinet aux Antilles et en Guyane.

**24 juin** - Sélection d'une nouvelle chaîne de TNT en Île-de-France.

**30 juin** - Réaction du CSA à la suite du décès d'Alain de Greef.

### **JUILLET**

**2 juillet** - Diffusion de messages d'alerte sanitaire sur la canicule.

**6 juillet** - Spots sur la diversité : le CSA se félicite de la mobilisation des chaînes et de la participation des radios.

**23 juillet** - Numéro 23 : le CSA demande un supplément d'instruction au Rapporteur.

**29 juillet** - Projet de cession de Numéro 23 au groupe NextRadioTV : publication de l'étude d'impact.

**30 juillet** - Le CSA lance un nouvel appel aux candidatures pour l'édition de services de télévision à vocation nationale diffusées par voie hertzienne terrestre en haute définition.

### **SEPTEMBRE**

**4 septembre** - conférence de presse sur les propositions du Conseil relatives au pluralisme politique en période électorale.

Demande de passage en TNT gratuite de LCI, Paris Première et Planète+ : organisation des auditions.

**8 septembre** - Le site *Éducation et médias* fait peau neuve et s'appelle désormais *Les Clés de l'audiovisuel*.

**10 septembre** - Propositions du CSA relatives au principe de pluralisme politique dans les médias en période électorale.

**11 septembre** - Les auditions publiques des chaînes LCI, Paris Première et Planète+ seront retransmises sur le site internet du CSA.

**15 septembre** - Appel à candidatures TNT en haute définition : le CSA publie la liste des candidatures déclarées recevables et le calendrier des auditions publiques.

**17 septembre** - Colloque *Audiovisuel : comment mieux représenter la diversité de notre société ?* organisé au CSA le 6 octobre 2015.

**21 septembre** - Déplacement de Patrice Gélinet en Nouvelle Calédonie.

**24 septembre** - Le CSA a auditionné M. Vincent Bolloré.

**30 septembre** - Déplacement de Mémona Hintermann-Afféjee à La Réunion.

## OCTOBRE

**7 octobre** - Demandes de passage en TNT gratuite (LCI, Paris Première et Planète+) : audition publiques et contributions des tiers.

**8 octobre** - Projet de cession de Numéro 23 au groupe NextRadioTV : audition publique du président de la société Diversité TV.

Appel aux candidatures TNT en haute définition : sélection des candidats.

**14 octobre** - Numéro 23 : abrogation de l'autorisation.

**16 octobre** - Demandes de passages en TNT gratuite (LCI, Paris Première et Planète+) : auditions publiques des tiers.

**19 octobre** - Préparation du passage au tout MPEG-4 : nouvelle composition des multiplex.

**21 octobre** - Rappel des règles relatives au pluralisme politique en période électorale.

## NOVEMBRE

**13 novembre** - Concertation sur la production audiovisuelle.

**18 novembre** - Traitement de la campagne des élections régionales par les télévisions et les radios.

**20 novembre** - Nouvelle diffusion de la campagne sur la protection du jeune public.

**23 novembre** - Demande de passage en TNT gratuite (LCI, Paris Première et Planète+) : publication des études d'impact.

**25 novembre** - Traitement par les médias audiovisuels des attentats de Paris et de Saint-Denis.

Traitement de la campagne des élections régionales par les télévisions et les radios.

**26 novembre** - Accessibilité des programmes aux personnes sourdes et malentendantes.

**30 novembre** - Demandes de passage en TNT gratuite (LCI, Paris Première et Planète+) : réaction des demandeurs aux études d'impact.

(179)

## DÉCEMBRE

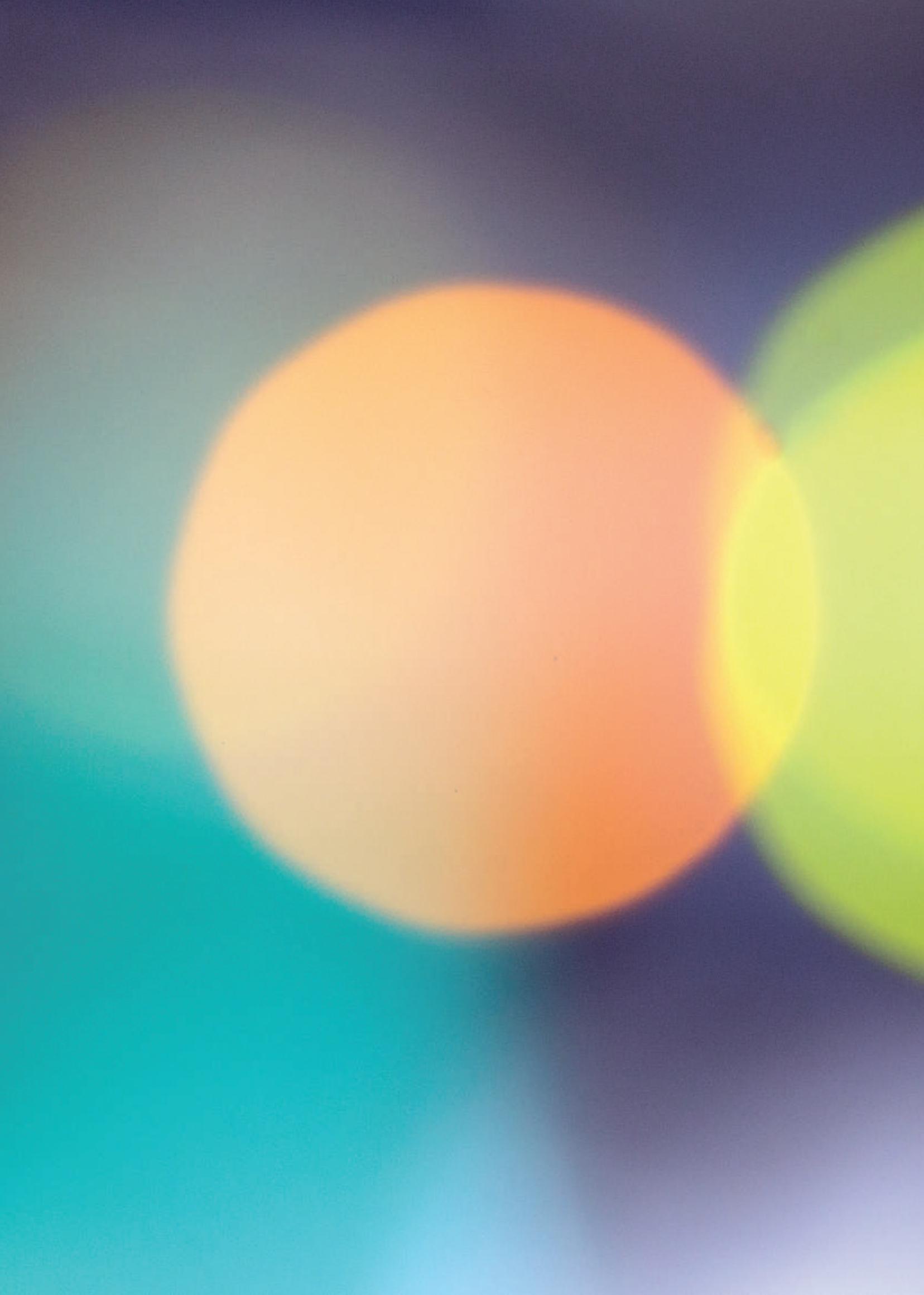
**2 décembre** - Demandes de passage en TNT gratuite (LCI, Paris Première et Planète+) : auditions publiques des tiers et des demandeurs après publication des études d'impact. Traitement de la campagne des élections régionales par les télévisions et les radios.

**9 décembre** - Demandes de passage en TNT gratuite (LCI, Paris Première et Planète+) : modalités des nouvelles auditions publiques des demandeurs.

Traitement avant le 1<sup>er</sup> tour de la campagne des élections régionales par les télévisions et les radios. Abrogation de l'autorisation de Numéro 23 : le CSA rejette le recours gracieux.

**16 décembre** - Traitement du second tour des élections régionales par les radios et les télévisions.

**17 décembre** - Passage en TNT gratuite : oui à LCI, non à Paris Première et Planète+.



# *Table des matières*

## TABLE DES MATIÈRES

|  |   |  |  |    |   |                                  |           |    |   |          |    |  |           |    |  |          |    |  |  |    |  |  |    |  |           |    |   |           |    |   |           |    |   |          |    |  |  |    |  |  |    |   |                                   |    |  |  |    |  |  |    |                                    |            |    |  |            |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |   |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |                     |            |    |  |  |
|--|---|--|--|----|---|----------------------------------|-----------|----|---|----------|----|--|-----------|----|--|----------|----|--|--|----|--|--|----|--|-----------|----|---|-----------|----|---|-----------|----|---|----------|----|--|--|----|--|--|----|---|-----------------------------------|----|--|--|----|--|--|----|------------------------------------|------------|----|--|------------|----|--|--|----|--|--|----|--|--|----|--|--|----|---|--|----|--|--|----|--|--|----|--|--|----|--|--|----|--|--|----|--|--|----|---------------------|------------|----|--|--|
| <p>AVANT-PROPOS</p> <p>2015 EN CHIFFRES</p> <p>2015 : LES DATES À RETENIR</p> <p><b>L'ACTIVITÉ DU CONSEIL EN 2015</b></p> <p><b>RESPONSABILITÉ DES MÉDIAS AUDIOVISUELS À L'ÉGARD DU PUBLIC</b></p> <p><b>Les droits et les attentes du public</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Respect des droits et libertés</li> <li>• Jeunesse et protection des mineurs</li> <li>• Communications commerciales et protection des consommateurs</li> <li>• Sport</li> </ul> <p><b>La cohésion sociale et la promotion de l'égalité</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Représentation de la diversité</li> <li>• Droits des femmes</li> <li>• Éducation aux médias</li> <li>• Promotion de la langue française</li> <li>• Accessibilité des programmes</li> </ul> <p><b>Le pluralisme politique et les campagnes électorales</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Les campagnes et scrutins</li> <li>• La période hors élection</li> </ul> <p><b>Les relations avec les téléspectateurs et les auditeurs</b></p> <p><b>DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE DU SECTEUR AUDIOVISUEL</b></p> <p><b>Les services de médias audiovisuels</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Télévision           <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ressources de la TNT</li> <li>- Les chaînes nationales hertziennes</li> <li>- Les chaînes locales et régionales</li> <li>- Le développement et les moyens de financement des télévisions locales</li> </ul> </li> <li>• La radio           <ul style="list-style-type: none"> <li>- La bande FM</li> <li>- La radio numérique terrestre</li> <li>- Les radios diffusées par d'autres réseaux</li> </ul> </li> <li>• Nouveaux services           <ul style="list-style-type: none"> <li>- L'audiovisuel à l'heure du numérique</li> <li>- Les SMAD</li> </ul> </li> <li>• Les distributeurs           <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les offres déclarées au Conseil</li> </ul> </li> </ul> | <table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 10%;">6</td> <td style="width: 80%;">- Situation et perspectives du secteur</td> <td style="width: 10%; text-align: right;">73</td> </tr> <tr> <td style="width: 10%;">8</td> <td style="width: 80%;"><b>La régulation des marchés</b></td> <td style="width: 10%; text-align: right;"><b>74</b></td> </tr> <tr> <td style="width: 10%;">10</td> <td style="width: 80%;"> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Avis à l'Autorité de la concurrence et à l'ARCEP</li> <li>• Règlement de différends</li> </ul> </td> <td style="width: 10%; text-align: right;">74<br/>76</td> </tr> <tr> <td style="width: 10%;">17</td> <td style="width: 80%;"><b>Le financement et la promotion de la création</b></td> <td style="width: 10%; text-align: right;"><b>77</b></td> </tr> <tr> <td style="width: 10%;">19</td> <td style="width: 80%;"> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La diffusion et la production d'œuvres audiovisuelles et cinématographiques</li> <li>• La diffusion de la musique à la radio</li> </ul> </td> <td style="width: 10%; text-align: right;">77<br/>82</td> </tr> <tr> <td style="width: 10%;">20</td> <td style="width: 80;"></td> <td style="width: 10%;"></td> </tr> <tr> <td style="width: 10%;">25</td> <td style="width: 80;"></td> <td style="width: 10%;"></td> </tr> <tr> <td style="width: 10%;">28</td> <td style="width: 80%;"><b>MESURE DE L'IMPACT ÉCONOMIQUE DES DÉCISIONS D'AUTORISATION DÉLIVRÉES AU COURS DE L'ANNÉE 2015</b></td> <td style="width: 10%; text-align: right;"><b>85</b></td> </tr> <tr> <td style="width: 10%;">31</td> <td style="width: 80%;"><b>Disposition législative, méthodologie retenue et contexte économique</b></td> <td style="width: 10%; text-align: right;"><b>86</b></td> </tr> <tr> <td style="width: 10%;">33</td> <td style="width: 80%;"><b>Dans le secteur de la télévision</b></td> <td style="width: 10%; text-align: right;"><b>88</b></td> </tr> <tr> <td style="width: 10%;">35</td> <td style="width: 80%;"> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La réception de la télévision numérique</li> <li>• Étude sur la télévision numérique hertzienne payante           <ul style="list-style-type: none"> <li>- L'évolution de la TNT payante</li> <li>- Les obligations de financement de la création de la chaîne Canal+</li> </ul> </li> </ul> </td> <td style="width: 10%; text-align: right;">88<br/>90</td> </tr> <tr> <td style="width: 10%;">35</td> <td style="width: 80;"></td> <td style="width: 10%;"></td> </tr> <tr> <td style="width: 10%;">36</td> <td style="width: 80;"></td> <td style="width: 10%;"></td> </tr> <tr> <td style="width: 10%;">39</td> <td style="width: 80%;"> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Étude sur la télévision numérique hertzienne gratuite           <ul style="list-style-type: none"> <li>- L'offre de chaînes sur la TNT gratuite</li> <li>- Les audiences</li> <li>- Le marché publicitaire télévisuel</li> <li>- Le poids du secteur et sa contribution au financement de la création</li> <li>- Le pluralisme de l'offre</li> </ul> </li> </ul> </td> <td style="width: 10%; text-align: right;">91<br/>91<br/>92<br/>97<br/>99<br/>101</td> </tr> <tr> <td style="width: 10%;">39</td> <td style="width: 80;"></td> <td style="width: 10%;"></td> </tr> <tr> <td style="width: 10%;">42</td> <td style="width: 80;"></td> <td style="width: 10%;"></td> </tr> <tr> <td style="width: 10%;">43</td> <td style="width: 80%;"><b>Dans le secteur de la radio</b></td> <td style="width: 10%; text-align: right;"><b>107</b></td> </tr> <tr> <td style="width: 10%;">45</td> <td style="width: 80%;"> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Problématiques transverses aux univers gratuit et payant           <ul style="list-style-type: none"> <li>- Étude de la diversité des opérateurs de la TNT</li> <li>- Impact sur la concentration du marché de la publicité télévisuelle</li> </ul> </li> </ul> </td> <td style="width: 10%; text-align: right;">103<br/>103</td> </tr> <tr> <td style="width: 10%;">46</td> <td style="width: 80;"></td> <td style="width: 10%;"></td> </tr> <tr> <td style="width: 10%;">46</td> <td style="width: 80;"></td> <td style="width: 10%;"></td> </tr> <tr> <td style="width: 10%;">53</td> <td style="width: 80;"></td> <td style="width: 10%;"></td> </tr> <tr> <td style="width: 10%;">55</td> <td style="width: 80;"></td> <td style="width: 10%;"></td> </tr> <tr> <td style="width: 10%;">57</td> <td style="width: 80%;"> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Les décisions d'autorisation prises en 2015 pour la diffusion analogique</li> <li>• La diffusion numérique</li> <li>• Les audiences           <ul style="list-style-type: none"> <li>- Au niveau national</li> <li>- Au niveau local</li> </ul> </li> <li>• Le marché publicitaire           <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les positions des acteurs</li> </ul> </li> <li>• Le marché des récepteurs compatibles RNT</li> <li>• Surveillance de la concentration</li> </ul> </td> <td style="width: 10%; text-align: right;">107<br/>108<br/>109<br/>109<br/>110<br/>111<br/>112<br/>112</td> </tr> <tr> <td style="width: 10%;">62</td> <td style="width: 80;"></td> <td style="width: 10%;"></td> </tr> <tr> <td style="width: 10%;">62</td> <td style="width: 80;"></td> <td style="width: 10%;"></td> </tr> <tr> <td style="width: 10%;">67</td> <td style="width: 80;"></td> <td style="width: 10%;"></td> </tr> <tr> <td style="width: 10%;">69</td> <td style="width: 80;"></td> <td style="width: 10%;"></td> </tr> <tr> <td style="width: 10%;">69</td> <td style="width: 80;"></td> <td style="width: 10%;"></td> </tr> <tr> <td style="width: 10%;">71</td> <td style="width: 80;"></td> <td style="width: 10%;"></td> </tr> <tr> <td style="width: 10%;">73</td> <td style="width: 80%;"><b>Perspectives</b></td> <td style="width: 10%; text-align: right;"><b>113</b></td> </tr> <tr> <td style="width: 10%;">73</td> <td style="width: 80;"></td> <td style="width: 10%;"></td> </tr> </table> | 6  | - Situation et perspectives du secteur | 73 | 8 | <b>La régulation des marchés</b> | <b>74</b> | 10 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Avis à l'Autorité de la concurrence et à l'ARCEP</li> <li>• Règlement de différends</li> </ul> | 74<br>76 | 17 | <b>Le financement et la promotion de la création</b> | <b>77</b> | 19 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• La diffusion et la production d'œuvres audiovisuelles et cinématographiques</li> <li>• La diffusion de la musique à la radio</li> </ul> | 77<br>82 | 20 |  |  | 25 |  |  | 28 | <b>MESURE DE L'IMPACT ÉCONOMIQUE DES DÉCISIONS D'AUTORISATION DÉLIVRÉES AU COURS DE L'ANNÉE 2015</b> | <b>85</b> | 31 | <b>Disposition législative, méthodologie retenue et contexte économique</b> | <b>86</b> | 33 | <b>Dans le secteur de la télévision</b> | <b>88</b> | 35 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• La réception de la télévision numérique</li> <li>• Étude sur la télévision numérique hertzienne payante           <ul style="list-style-type: none"> <li>- L'évolution de la TNT payante</li> <li>- Les obligations de financement de la création de la chaîne Canal+</li> </ul> </li> </ul> | 88<br>90 | 35 |  |  | 36 |  |  | 39 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Étude sur la télévision numérique hertzienne gratuite           <ul style="list-style-type: none"> <li>- L'offre de chaînes sur la TNT gratuite</li> <li>- Les audiences</li> <li>- Le marché publicitaire télévisuel</li> <li>- Le poids du secteur et sa contribution au financement de la création</li> <li>- Le pluralisme de l'offre</li> </ul> </li> </ul> | 91<br>91<br>92<br>97<br>99<br>101 | 39 |  |  | 42 |  |  | 43 | <b>Dans le secteur de la radio</b> | <b>107</b> | 45 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Problématiques transverses aux univers gratuit et payant           <ul style="list-style-type: none"> <li>- Étude de la diversité des opérateurs de la TNT</li> <li>- Impact sur la concentration du marché de la publicité télévisuelle</li> </ul> </li> </ul> | 103<br>103 | 46 |  |  | 46 |  |  | 53 |  |  | 55 |  |  | 57 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Les décisions d'autorisation prises en 2015 pour la diffusion analogique</li> <li>• La diffusion numérique</li> <li>• Les audiences           <ul style="list-style-type: none"> <li>- Au niveau national</li> <li>- Au niveau local</li> </ul> </li> <li>• Le marché publicitaire           <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les positions des acteurs</li> </ul> </li> <li>• Le marché des récepteurs compatibles RNT</li> <li>• Surveillance de la concentration</li> </ul> | 107<br>108<br>109<br>109<br>110<br>111<br>112<br>112 | 62 |  |  | 62 |  |  | 67 |  |  | 69 |  |  | 69 |  |  | 71 |  |  | 73 | <b>Perspectives</b> | <b>113</b> | 73 |  |  |
| 6  | - Situation et perspectives du secteur  | 73   |  |    |   |                                  |           |    |   |          |    |  |           |    |  |          |    |  |  |    |  |  |    |  |           |    |   |           |    |   |           |    |   |          |    |  |  |    |  |  |    |   |                                   |    |  |  |    |  |  |    |                                    |            |    |  |            |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |   |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |                     |            |    |  |  |
| 8  | <b>La régulation des marchés</b>  | <b>74</b>  |  |    |   |                                  |           |    |   |          |    |  |           |    |  |          |    |  |  |    |  |  |    |  |           |    |   |           |    |   |           |    |   |          |    |  |  |    |  |  |    |   |                                   |    |  |  |    |  |  |    |                                    |            |    |  |            |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |   |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |                     |            |    |  |  |
| 10   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Avis à l'Autorité de la concurrence et à l'ARCEP</li> <li>• Règlement de différends</li> </ul>   | 74<br>76   |  |    |   |                                  |           |    |   |          |    |  |           |    |  |          |    |  |  |    |  |  |    |  |           |    |   |           |    |   |           |    |   |          |    |  |  |    |  |  |    |   |                                   |    |  |  |    |  |  |    |                                    |            |    |  |            |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |   |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |                     |            |    |  |  |
| 17   | <b>Le financement et la promotion de la création</b>  | <b>77</b>  |  |    |   |                                  |           |    |   |          |    |  |           |    |  |          |    |  |  |    |  |  |    |  |           |    |   |           |    |   |           |    |   |          |    |  |  |    |  |  |    |   |                                   |    |  |  |    |  |  |    |                                    |            |    |  |            |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |   |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |                     |            |    |  |  |
| 19   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• La diffusion et la production d'œuvres audiovisuelles et cinématographiques</li> <li>• La diffusion de la musique à la radio</li> </ul>  | 77<br>82   |  |    |   |                                  |           |    |   |          |    |  |           |    |  |          |    |  |  |    |  |  |    |  |           |    |   |           |    |   |           |    |   |          |    |  |  |    |  |  |    |   |                                   |    |  |  |    |  |  |    |                                    |            |    |  |            |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |   |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |                     |            |    |  |  |
| 20   |   |  |  |    |   |                                  |           |    |   |          |    |  |           |    |  |          |    |  |  |    |  |  |    |  |           |    |   |           |    |   |           |    |   |          |    |  |  |    |  |  |    |   |                                   |    |  |  |    |  |  |    |                                    |            |    |  |            |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |   |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |                     |            |    |  |  |
| 25   |   |  |  |    |   |                                  |           |    |   |          |    |  |           |    |  |          |    |  |  |    |  |  |    |  |           |    |   |           |    |   |           |    |   |          |    |  |  |    |  |  |    |   |                                   |    |  |  |    |  |  |    |                                    |            |    |  |            |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |   |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |                     |            |    |  |  |
| 28   | <b>MESURE DE L'IMPACT ÉCONOMIQUE DES DÉCISIONS D'AUTORISATION DÉLIVRÉES AU COURS DE L'ANNÉE 2015</b>  | <b>85</b>  |  |    |   |                                  |           |    |   |          |    |  |           |    |  |          |    |  |  |    |  |  |    |  |           |    |   |           |    |   |           |    |   |          |    |  |  |    |  |  |    |   |                                   |    |  |  |    |  |  |    |                                    |            |    |  |            |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |   |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |                     |            |    |  |  |
| 31   | <b>Disposition législative, méthodologie retenue et contexte économique</b>   | <b>86</b>  |  |    |   |                                  |           |    |   |          |    |  |           |    |  |          |    |  |  |    |  |  |    |  |           |    |   |           |    |   |           |    |   |          |    |  |  |    |  |  |    |   |                                   |    |  |  |    |  |  |    |                                    |            |    |  |            |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |   |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |                     |            |    |  |  |
| 33   | <b>Dans le secteur de la télévision</b>   | <b>88</b>  |  |    |   |                                  |           |    |   |          |    |  |           |    |  |          |    |  |  |    |  |  |    |  |           |    |   |           |    |   |           |    |   |          |    |  |  |    |  |  |    |   |                                   |    |  |  |    |  |  |    |                                    |            |    |  |            |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |   |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |                     |            |    |  |  |
| 35   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• La réception de la télévision numérique</li> <li>• Étude sur la télévision numérique hertzienne payante           <ul style="list-style-type: none"> <li>- L'évolution de la TNT payante</li> <li>- Les obligations de financement de la création de la chaîne Canal+</li> </ul> </li> </ul>   | 88<br>90   |  |    |   |                                  |           |    |   |          |    |  |           |    |  |          |    |  |  |    |  |  |    |  |           |    |   |           |    |   |           |    |   |          |    |  |  |    |  |  |    |   |                                   |    |  |  |    |  |  |    |                                    |            |    |  |            |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |   |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |                     |            |    |  |  |
| 35   |   |  |  |    |   |                                  |           |    |   |          |    |  |           |    |  |          |    |  |  |    |  |  |    |  |           |    |   |           |    |   |           |    |   |          |    |  |  |    |  |  |    |   |                                   |    |  |  |    |  |  |    |                                    |            |    |  |            |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |   |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |                     |            |    |  |  |
| 36   |   |  |  |    |   |                                  |           |    |   |          |    |  |           |    |  |          |    |  |  |    |  |  |    |  |           |    |   |           |    |   |           |    |   |          |    |  |  |    |  |  |    |   |                                   |    |  |  |    |  |  |    |                                    |            |    |  |            |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |   |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |                     |            |    |  |  |
| 39   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Étude sur la télévision numérique hertzienne gratuite           <ul style="list-style-type: none"> <li>- L'offre de chaînes sur la TNT gratuite</li> <li>- Les audiences</li> <li>- Le marché publicitaire télévisuel</li> <li>- Le poids du secteur et sa contribution au financement de la création</li> <li>- Le pluralisme de l'offre</li> </ul> </li> </ul>   | 91<br>91<br>92<br>97<br>99<br>101                    |  |    |   |                                  |           |    |   |          |    |  |           |    |  |          |    |  |  |    |  |  |    |  |           |    |   |           |    |   |           |    |   |          |    |  |  |    |  |  |    |   |                                   |    |  |  |    |  |  |    |                                    |            |    |  |            |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |   |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |                     |            |    |  |  |
| 39   |   |  |  |    |   |                                  |           |    |   |          |    |  |           |    |  |          |    |  |  |    |  |  |    |  |           |    |   |           |    |   |           |    |   |          |    |  |  |    |  |  |    |   |                                   |    |  |  |    |  |  |    |                                    |            |    |  |            |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |   |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |                     |            |    |  |  |
| 42   |   |  |  |    |   |                                  |           |    |   |          |    |  |           |    |  |          |    |  |  |    |  |  |    |  |           |    |   |           |    |   |           |    |   |          |    |  |  |    |  |  |    |   |                                   |    |  |  |    |  |  |    |                                    |            |    |  |            |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |   |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |                     |            |    |  |  |
| 43   | <b>Dans le secteur de la radio</b>  | <b>107</b>   |  |    |   |                                  |           |    |   |          |    |  |           |    |  |          |    |  |  |    |  |  |    |  |           |    |   |           |    |   |           |    |   |          |    |  |  |    |  |  |    |   |                                   |    |  |  |    |  |  |    |                                    |            |    |  |            |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |   |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |                     |            |    |  |  |
| 45   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Problématiques transverses aux univers gratuit et payant           <ul style="list-style-type: none"> <li>- Étude de la diversité des opérateurs de la TNT</li> <li>- Impact sur la concentration du marché de la publicité télévisuelle</li> </ul> </li> </ul>  | 103<br>103   |  |    |   |                                  |           |    |   |          |    |  |           |    |  |          |    |  |  |    |  |  |    |  |           |    |   |           |    |   |           |    |   |          |    |  |  |    |  |  |    |   |                                   |    |  |  |    |  |  |    |                                    |            |    |  |            |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |   |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |                     |            |    |  |  |
| 46   |   |  |  |    |   |                                  |           |    |   |          |    |  |           |    |  |          |    |  |  |    |  |  |    |  |           |    |   |           |    |   |           |    |   |          |    |  |  |    |  |  |    |   |                                   |    |  |  |    |  |  |    |                                    |            |    |  |            |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |   |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |                     |            |    |  |  |
| 46   |   |  |  |    |   |                                  |           |    |   |          |    |  |           |    |  |          |    |  |  |    |  |  |    |  |           |    |   |           |    |   |           |    |   |          |    |  |  |    |  |  |    |   |                                   |    |  |  |    |  |  |    |                                    |            |    |  |            |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |   |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |                     |            |    |  |  |
| 53   |   |  |  |    |   |                                  |           |    |   |          |    |  |           |    |  |          |    |  |  |    |  |  |    |  |           |    |   |           |    |   |           |    |   |          |    |  |  |    |  |  |    |   |                                   |    |  |  |    |  |  |    |                                    |            |    |  |            |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |   |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |                     |            |    |  |  |
| 55   |   |  |  |    |   |                                  |           |    |   |          |    |  |           |    |  |          |    |  |  |    |  |  |    |  |           |    |   |           |    |   |           |    |   |          |    |  |  |    |  |  |    |   |                                   |    |  |  |    |  |  |    |                                    |            |    |  |            |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |   |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |                     |            |    |  |  |
| 57   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Les décisions d'autorisation prises en 2015 pour la diffusion analogique</li> <li>• La diffusion numérique</li> <li>• Les audiences           <ul style="list-style-type: none"> <li>- Au niveau national</li> <li>- Au niveau local</li> </ul> </li> <li>• Le marché publicitaire           <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les positions des acteurs</li> </ul> </li> <li>• Le marché des récepteurs compatibles RNT</li> <li>• Surveillance de la concentration</li> </ul>   | 107<br>108<br>109<br>109<br>110<br>111<br>112<br>112 |  |    |   |                                  |           |    |   |          |    |  |           |    |  |          |    |  |  |    |  |  |    |  |           |    |   |           |    |   |           |    |   |          |    |  |  |    |  |  |    |   |                                   |    |  |  |    |  |  |    |                                    |            |    |  |            |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |   |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |                     |            |    |  |  |
| 62   |   |  |  |    |   |                                  |           |    |   |          |    |  |           |    |  |          |    |  |  |    |  |  |    |  |           |    |   |           |    |   |           |    |   |          |    |  |  |    |  |  |    |   |                                   |    |  |  |    |  |  |    |                                    |            |    |  |            |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |   |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |                     |            |    |  |  |
| 62   |   |  |  |    |   |                                  |           |    |   |          |    |  |           |    |  |          |    |  |  |    |  |  |    |  |           |    |   |           |    |   |           |    |   |          |    |  |  |    |  |  |    |   |                                   |    |  |  |    |  |  |    |                                    |            |    |  |            |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |   |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |                     |            |    |  |  |
| 67   |   |  |  |    |   |                                  |           |    |   |          |    |  |           |    |  |          |    |  |  |    |  |  |    |  |           |    |   |           |    |   |           |    |   |          |    |  |  |    |  |  |    |   |                                   |    |  |  |    |  |  |    |                                    |            |    |  |            |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |   |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |                     |            |    |  |  |
| 69   |   |  |  |    |   |                                  |           |    |   |          |    |  |           |    |  |          |    |  |  |    |  |  |    |  |           |    |   |           |    |   |           |    |   |          |    |  |  |    |  |  |    |   |                                   |    |  |  |    |  |  |    |                                    |            |    |  |            |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |   |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |                     |            |    |  |  |
| 69   |   |  |  |    |   |                                  |           |    |   |          |    |  |           |    |  |          |    |  |  |    |  |  |    |  |           |    |   |           |    |   |           |    |   |          |    |  |  |    |  |  |    |   |                                   |    |  |  |    |  |  |    |                                    |            |    |  |            |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |   |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |                     |            |    |  |  |
| 71   |   |  |  |    |   |                                  |           |    |   |          |    |  |           |    |  |          |    |  |  |    |  |  |    |  |           |    |   |           |    |   |           |    |   |          |    |  |  |    |  |  |    |   |                                   |    |  |  |    |  |  |    |                                    |            |    |  |            |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |   |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |                     |            |    |  |  |
| 73   | <b>Perspectives</b>   | <b>113</b>   |  |    |   |                                  |           |    |   |          |    |  |           |    |  |          |    |  |  |    |  |  |    |  |           |    |   |           |    |   |           |    |   |          |    |  |  |    |  |  |    |   |                                   |    |  |  |    |  |  |    |                                    |            |    |  |            |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |   |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |                     |            |    |  |  |
| 73   |   |  |  |    |   |                                  |           |    |   |          |    |  |           |    |  |          |    |  |  |    |  |  |    |  |           |    |   |           |    |   |           |    |   |          |    |  |  |    |  |  |    |   |                                   |    |  |  |    |  |  |    |                                    |            |    |  |            |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |   |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |  |  |    |                     |            |    |  |  |

|   |            |   |            |
|---|------------|---|------------|
| <b>INDÉPENDANCE ET PERFORMANCE<br/>DE L'AUDIOVISUEL PUBLIC</b>        |            |   |            |
| <b>Les nominations</b>  | <b>115</b> | <b>Les événements</b>   | <b>137</b> |
| • La présidence de France Télévisions                                 | 116        | • Le colloque «Audiovisuel : comment représenter la diversité de la société française ?»        | 137        |
| • Les administrateurs   | 116        |   |            |
| <b>Le suivi de l'activité des groupes</b>                             | <b>117</b> | <b>La communication et les relations avec la presse</b>   | <b>138</b> |
| • France Télévisions  | 117        |   |            |
| • Radio France  | 118        | <b>Les publications</b>   | <b>139</b> |
| • France Médias Monde   | 120        | • Rapports, comptes rendus, études  | 139        |
| • Institut national de l'audiovisuel                                  | 121        | • Le site internet du CSA   | 140        |
| <b>COOPÉRATION EUROPÉENNE<br/>ET INTERNATIONALE</b>                   | <b>123</b> | <b>ORGANISATION<br/>ET FONCTIONNEMENT</b>   | <b>143</b> |
| <b>Les coopérations et convergences au sein de l'Union européenne</b> | <b>124</b> | <b>Une nouvelle organisation des services</b>   | <b>144</b> |
| • L'évolution du cadre réglementaire européen                         | 124        | <b>Le Secrétariat général aux territoires et les CTA</b>  | <b>144</b> |
| • L'ERGA  | 124        | <b>La gestion budgétaire, administrative et financière</b>                                      | <b>146</b> |
| <b>Les relations internationales</b>                                  | <b>127</b> | • Moyens et ressources  | 146        |
| • La coopération multilatérale (EPRA, RIRM, REFRAM)                   | 127        | • Les crédits du Conseil en 2015  | 147        |
| • La coopération bilatérale   | 128        | • L'exécution du budget 2015  | 148        |
|   |            | • Le suivi de l'activité  | 148        |
| <b>RELATIONS INSTITUTIONNELLES<br/>ET COMMUNICATION</b>               | <b>131</b> | <b>La gestion des ressources humaines</b>   | <b>150</b> |
| <b>Les relations avec le Parlement</b>                                | <b>132</b> | • Emploi  | 150        |
| • Désignation de deux nouveaux membres du CSA                         | 132        | • Dialogue social   | 150        |
| • Information du Parlement  | 132        | • Prestations sociales  | 150        |
|   |            | • Formations  | 151        |
| <b>Les relations avec les collectivités territoriales</b>             | <b>134</b> | • Médecine et prévention  | 151        |
| <b>Les relations avec le Gouvernement et les administrations</b>      | <b>135</b> | • Le label Diversité  | 152        |
| • Les travaux liés aux évolutions de la plateforme TNT                | 135        | <b>ANNEXES</b>  | <b>155</b> |
| • La collaboration avec les ministères et les établissements publics  | 135        |   |            |
| <b>Les relations avec les autorités indépendantes</b>                 | <b>136</b> | 1 - La vie du Conseil   | 156        |
| • Le Défenseur des droits   | 136        | 2 - Décisions et ordonnances des juridictions administratives relatives à des décisions du CSA  | 169        |
| • Le Contrôleur général des lieux de privations de liberté (CGLPL)    | 137        | 3 - Les avis, délibérations, recommandations et chartes adoptées par le CSA et publiées en 2015 | 174        |
| • La Commission nationale consultative des droits de l'homme (CNCDH)  | 137        | 4 - CTA – Nominations et renouvellements de mandats en 2015                                     | 175        |
|   |            | 5 - Communiqués de presse   | 177        |



