

**FÉVRIER 2002**

**LA TELEVISION NUMERIQUE TERRESTRE :**

**Enjeux et modalités de mise en œuvre au regard des règles de concurrence, notamment au travers de la question de la distribution.**

**Rapport**

**Sur la mission confiée par le Ministre de l'Économie, des Finances et de l'Industrie à**

**M. Jérôme GALLOT, Directeur Général de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes**

## **SOMMAIRE**

### **MANDAT DE LA MISSION**

### **RECOMMANDATIONS (RÉCAPITULATIF)**

### **INTRODUCTION**

## **I. LA TNT PRÉSENTE DES ATOUTS INCONTESTABLES SUSCEPTIBLES DE RÉPONDRE AUX ATTENTES DU TÉLÉSPECTATEUR, MAIS SA MISE EN PLACE NÉCESSITE D'ACCÉLÉRER LA PRÉPARATION TECHNIQUE DE SON LANCEMENT**

### **A. LES ATOUTS DE LA TNT**

- a. Les caractéristiques de la TNT doivent être valorisées
- b. Ces avantages sont susceptibles de répondre aux attentes des téléspectateurs.

### **B. LA MISE EN PLACE DE LA TNT NÉCESSITE D'ACCÉLÉRER LA PRÉPARATION TECHNIQUE DE SON LANCEMENT**

- a. La diffusion
- b. Le multiplexage
- c. Les antennes
- d. Normalisation et standardisation des décodeurs et logiciels de contrôle d'accès et d'interactivité.

## **II. L'ÉQUILIBRE ECONOMIQUE DE TOUS LES OPÉRATEURS NE SERA ATTEINT QUE PAR UN SYSTEME DE DISTRIBUTION EFFICACE PROTÉGEANT LES ACTEURS D'ATTEINTES À LA CONCURRENCE**

### **A. L'ATTRACTIVITÉ DE LA TNT POUR LE TÉLÉSPECTATEUR : UN ACCÈS FACILE ET PEU CÔUTEUX, UNE OFFRE COMMERCIALE MODULABLE**

- a. Les décodeurs
- b. L'offre commerciale

### **B. LES CONDITIONS DE L'ÉQUILIBRE POUR L'ÉDITEUR DE LA TNT REPOSENT PLUS AU DÉPART, SUR UNE RÉDUCTION DES COÛTS QUE SUR LA RÉMUNÉRATION VERSÉE PAR LE DISTRIBUTEUR**

- a. Le coût de diffusion
- b. Les recettes publicitaires
- c. Les recettes tirées de la rémunération versée par les distributeurs

### C. LES CONDITIONS DE L'ÉQUILIBRE POUR LE OU LES DISTRIBUTEURS : OBTENIR UN RETOUR DE L'INVESTISSEMENT INITIAL DANS UN PAYSAGE CONCURRENTIEL

- a. Le point de vue des différents opérateurs
- b. Les contraintes pesant sur le distributeur
- c. Le schéma de distribution doit être compatible avec le droit de la concurrence en assurant la viabilité du ou des distributeurs.
  - 1. Un distributeur unique
  - 2. Un distributeur commun
  - 3. Une pluralité de distributeurs

### CONCLUSION

#### **ANNEXES**

#### 1- LE DISPOSITIF LÉGISLATIF

#### 2- LE DISPOSITIF RÉGLEMENTAIRE

#### 3- LES ENTREPRISES COMMUNES : LA PRATIQUE DÉCISIONNELLE DE LA COMMISSION EUROPÉENNE

#### 4- LISTE DES PERSONNES CONSULTÉES

#### 5- LES TRAVAUX D'INFRASTRUCTURE NÉCESSAIRE AU LANCEMENT DE LA TNT

#### 6- LE CALENDRIER

## MANDAT DU MINISTRE

**-18 octobre 2001-**

L'utilisation de la technologie numérique va faire évoluer profondément la télévision hertzienne. Elle permettra de proposer au plus grand nombre de téléspectateurs une offre de programmes et de services élargie, assortie d'une qualité d'image et de son améliorée.

La loi du 1<sup>er</sup> août 2000 modifiant la loi du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication a précisé les modalités d'accès à ce nouveau marché et le rôle des différents acteurs appelés à y intervenir.

Afin de permettre au téléspectateur d'avoir accès à la télévision numérique terrestre dans les meilleurs délais et de donner la plus grande visibilité possible aux acteurs de ce nouveau marché, le Pouvoirs publics souhaite que soit poursuivie l'analyse précise des conditions économiques du développement de la télévision numérique terrestre, notamment dans le domaine de la distribution des programmes.

Dans ce cadre, Laurent FABIUS, ministre de l'Économie, des Finances et de l'Industrie, en accord avec la ministre de la Culture et de la Communication, a confié au directeur général de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes une mission d'expertise. Il étudiera les modalités économiques de nature à assurer à la télévision numérique terrestre les meilleures chances de succès, dans le cadre d'une concurrence effective permettant l'accès des différents intervenants dans des conditions transparentes, ouvertes et non discriminatoires. A cette fin, une large concertation des acteurs concernés sera menée dans les prochaines semaines, en liaison avec le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel.

## REMERCIEMENTS

Je tiens à remercier tout particulièrement M. Laurent Fleuriot, Mme Caroline Montalcino, Mme Annie Tesson, Mme Anne Fauconnier et Mme Sandrine Gaudin pour leur contribution à ce rapport.

## RECOMMANDATIONS

### COUVERTURE DU TERRITOIRE :

- Assurer en deux temps, en tenant compte de l'équilibre économique des opérateurs, une couverture optimale de la population française de 50% d'abord, puis de 75 à 80% ultérieurement, afin de donner à la TNT et en particulier à tous les éditeurs de chaînes leurs chances de succès et veiller notamment dans les zones couvertes à ce que la réception de la TNT ("initialisation") soit effective pour tous les foyers.

### DIFFUSION :

- Ne pas allonger les délais de préparation des sites de diffusion et permettre la diffusion à des prix raisonnables pour les multiplexeurs et les éditeurs et s'efforcer de surmonter les différends sur les prix en distinguant les prix relatifs aux infrastructures dans la phase de démarrage de la TNT, qui pourraient être orientés vers les coûts en l'absence de sites alternatifs immédiatement disponibles, et les prix en régime de croisière, pour lesquels une analyse plus précise devra être effectuée.

### MULTIPLÉXAGE :

- Garantir l'impartialité et la transparence de la gestion technique et financière de l'opérateur de multiplexage, notamment s'il est lié à un éditeur de chaînes ou à un distributeur :

- Poser des conditions financières et économiques transparentes et non discriminatoires pour la facturation de la prestation de son service.
- Élaborer un cahier des charges précis dès que possible entre tous les intervenants du multiplex pour essayer de prévenir les litiges.
- Rendre régulièrement compte au CSA des difficultés rencontrées lors des opérations de multiplexage.

### ANTENNES :

- Ne pas sous estimer le temps nécessaire pour faire un diagnostic des antennes et préparer concrètement le lancement de la TNT afin d'éviter des déceptions et des frustrations chez les téléspectateurs qui auront décidé de s'équiper pour recevoir cette nouvelle télévision. Anticiper dès à présent l'adaptation des antennes par des actions d'information auprès du public et des organismes d'habitat collectif.

- Poursuivre les travaux sur la portabilité, en prévoyant un déploiement progressif, sans pour autant retarder le lancement de la TNT, cette caractéristique de la TNT ne semblant pas dans l'immédiat devoir être mise en avant vis-à-vis du public.

### DECODEURS :

- Accélérer les travaux sur la normalisation de façon à ne pas retarder la mise sur le marché de décodeurs permettant la réception de la TNT gratuite et évolutifs afin d'accéder à une offre de télévision payante, de décodeurs de base et d'autres plus sophistiqués afin de permettre de l'interactivité, mais tous "plug and play".

### LANCEMENT ET PROMOTION DE LA TNT :

- Promouvoir la TNT auprès du grand public par des actions de communication et d'information d'envergure nationale, notamment télévisuelles, quelques mois avant le lancement de la TNT.

- communiquer en priorité sur l'offre en clair disponible gratuitement, son contenu et les modalités d'accès (antennes, décodeurs, démarches à effectuer pour la recevoir selon un calendrier prédéfini) en amont de la date de diffusion effective de la TNT.
- compléter par des actions plus spécifiques avant ou après les journaux télévisés régionaux et dans la presse magazine de télévision, en expliquant notamment au public le calendrier et la progression de sa mise en place dans chaque région.

- Communiquer rapidement après le lancement effectif de la TNT sur une date d'expiration de la diffusion analogique compatible avec la nécessité d'assurer à chaque téléspectateur une réception au moins équivalente à celle d'aujourd'hui.

#### DISTRIBUTION :

- Faciliter la commercialisation des décodeurs par une pluralité de moyens de distribution à un prix raisonnable, le seuil psychologique semblant s'établir à environ 150 Euros TTC, et assurer un service après-vente ou après location.

- Limiter la durée de l'exclusivité de distribution à cinq ans maximum afin de ne pas empêcher l'émergence d'opérateurs candidats à la distribution commerciale de la TNT, dans l'hypothèse où il n'y aurait qu'un distributeur au départ.

- Garantir la séparation complète non seulement juridique mais également financière et commerciale entre les fonctions d'éditeur et de distributeur, si un même groupe cumule ces deux fonctions, pour éviter en particulier tout avantage en termes de rémunération versée aux éditeurs ou de connaissance de cibles de clientèle.

- Assurer une rémunération des éditeurs sur la base de critères non discriminatoires, transparents et objectifs, qui ne reposent pas seulement sur l'audience, de nature à ne pas pénaliser les nouveaux entrants éventuels.

- Prévoir un droit au renouvellement du contrat passé entre l'éditeur et le distributeur pour la durée de l'autorisation à des conditions tarifaires équivalentes, sauf justification objective ou jeu de clause de sauvegarde.

- Faire respecter pendant l'exécution du contrat un code de conduite dans les relations entre le ou les distributeurs commerciaux et les éditeurs s'il s'avère que ce (ou un) distributeur a des liens avec l'édition de chaînes, et/ou s'il est déjà présent sur le marché, notamment s'il est en position dominante.

- Prévoir une fonction d'intermédiation et de conciliation permettant d'évoquer les sujets de conflit pouvant survenir entre éditeurs, multiplexeurs et distributeurs lors de la négociation, de l'exécution et du renouvellement des contrats.

#### PILOTAGE DU PROJET DE LA TNT.

- Envisager la mise en place temporaire d'une instance interministérielle associant, en tant que de besoin, les professionnels et chargée, en liaison avec le CSA, de renforcer la coordination des travaux des ministères concernés nécessaires au lancement du projet, jusqu'à ce qu'une couverture de la population suffisante et effective soit réalisée.

## INTRODUCTION

La technologie de numérisation, obtenue par codage informatique des images et des sons, va se développer dans la diffusion télévisuelle hertzienne. La télévision numérique de terre (TNT) doit à terme remplacer l'actuel réseau analogique terrestre et dégager ainsi de nouvelles ressources spectrales.

La numérisation permettra de diffuser sur la bande passante des canaux hertziens réservés à la télévision jusqu'à 36 services de télévision (33 programmes ainsi que des nouveaux services, de type guide électronique...) au lieu de sept actuellement (TF1, F2, F3, Canal Plus, F5, Arte et M6). Elle permettra d'améliorer la qualité de l'image et, dans une certaine mesure, de développer de nouveaux services interactifs (téléachat, jeux, guide de programmes). Pour la recevoir, un décodeur est nécessaire : il peut s'agir d'un décodeur à brancher sur les téléviseurs actuels recevant en mode analogique ou de décodeurs intégrés à de nouveaux téléviseurs numériques.

Le développement de TNT est un projet ambitieux qui s'inscrit dans un paysage audiovisuel qui a connu des bouleversements importants depuis une quinzaine d'années. L'objectif des Pouvoirs publics est de « permettre à un public beaucoup plus large que celui des internautes et des abonnés à la télévision payante de se familiariser avec de nouveaux moyens de communication ». Un développement et une diversification de l'offre télévisuelle sont attendus au bénéfice du plus grand nombre. C'est aussi l'occasion de redonner au secteur public la possibilité d'explicitier ses valeurs, d'ouvrir la voie à de nouveaux opérateurs de contenus et de dynamiser l'industrie des programmes.

La loi du 1er août 2000 modifiant la loi du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication a confié au Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA) le soin d'organiser le lancement de la TNT, notamment l'attribution des fréquences et a fixé les principales modalités du déploiement de la TNT (cf. calendrier en annexe).

Le CSA a donc mené des consultations sur les aspects techniques et les modalités de mise en place de l'appel à candidature prévu par la loi. Cet appel porte sur quatre multiplexes, soit environ un peu plus d'une vingtaine de services de télévision. En effet, les deux autres multiplexes sont réservés aux services de télévision du secteur public et aux télévisions locales, confirmant ainsi le rôle de ces chaînes garantes d'une offre pluraliste et diversifiée. Par ailleurs, les opérateurs historiques privés (TF1, M6, Canal Plus) disposent d'un accès prioritaire aux fréquences de la TNT, d'une part pour la reprise du programme actuellement diffusé en analogique, d'autre part pour un second programme défini par eux. Les six chaînes locales existantes disposent également d'un accès prioritaire aux fréquences de la TNT. L'appel d'offres devrait en réalité concerner une quinzaine au moins de services de télévision réellement nouveaux.

Toutefois, l'analyse des conditions économiques du développement de la TNT, notamment dans l'un des domaines peu définis par la loi, celui de la distribution, garantissant aux différents intervenants des conditions transparentes, ouvertes et non discriminatoires, n'avait pas été vraiment conduite.

A cette fin, une large concertation a été menée sur la base d'un document de consultation adressé à une soixantaine d'opérateurs (liste en annexe) proposant des axes de réflexion et posant des questions sur les différents points à examiner dans le cadre de la mise en place de la télévision numérique de terre.

D'une façon générale, il ressort de la consultation que le lancement de la TNT suscite des controverses car l'émergence de ce nouveau mode de diffusion de télévision poserait un certain nombre de problèmes de nature technique et économique. Certains considèrent qu'il est prématuré et doutent de sa viabilité. D'autres en revanche estiment que le lancement de la TNT peut être un succès si plusieurs conditions sont respectées. Le présent rapport a pour objet de décrire les conditions dans lesquelles les attentes du téléspectateur et l'équilibre économique peuvent être satisfaits.

## **I. LA TNT PRÉSENTE DES ATOUTS INCONTESTABLES SUSCEPTIBLES DE RÉPONDRE AUX ATTENTES DU TELESPECTATEUR, MAIS SA MISE EN PLACE NÉCESSITE D'ACCÉLÉRER LA PRÉPARATION TECHNIQUE DE SON LANCEMENT.**

La TNT est composée d'une offre duale : des chaînes gratuites et des chaînes payantes dans des proportions sans doute proches. Cette nouvelle télévision ne constituera pas une révolution complète dans une industrie de la télévision qui comporte déjà une offre en clair et gratuite et des offres payantes. Mais une évolution profonde va résider dans l'accès aux chaînes, gratuites ou payantes, par l'intermédiaire indispensable d'un décodeur. Je tiens tout de suite à relever le paradoxe de la TNT : la controverse entendue ces derniers mois s'est principalement focalisée sur la distribution des chaînes payantes, que la loi ne traite pas, condition de la rentabilité de l'exercice. Mais il est important de souligner que l'attractivité de la TNT passe par une adhésion du téléspectateur à l'offre de chaînes numériques en clair et que l'accès au clair ne doit pas être lié à l'accès au payant.

### **A. LES ATOUTS DE LA TNT**

#### **a) Les caractéristiques de la TNT doivent être valorisées**

Au delà du plus grand nombre de chaînes par rapport à l'offre actuelle, la TNT présente des avantages de nature à déclencher l'acte d'achat ou de location d'un décodeur par le téléspectateur pour la recevoir.

- l'amélioration de l'image et du son : l'exemple d'autres produits montre que le public est soucieux de recevoir une image et un son de meilleure qualité : ainsi le lancement des disques compacts à la fin des années 80 a connu un important succès en dépit d'un prix substantiellement supérieur à celui des disques vinyles et de la nécessité de s'équiper d'un nouvel appareil de lecture. Le cas des DVD, dont le prix est également sensiblement supérieur à celui des cassettes VHS et qui nécessitent un équipement particulier, connaît actuellement un engouement très important (le marché des DVD, comme celui des lecteurs, a doublé chacune des deux dernières années) et démontre que les Français sont demandeurs de qualité d'image et de son.

- l'attractivité des nouveaux programmes : elle doit être réelle et permettre de recueillir de l'audience. Trois catégories de chaînes peuvent susciter l'intérêt du téléspectateur : des chaînes généralistes innovantes ou différenciées par rapport aux chaînes actuelles, des chaînes plus thématiques, suffisamment fédératrices et susceptibles d'intéresser une cible assez large de téléspectateurs, des chaînes locales ou régionales, proches des préoccupations quotidiennes des téléspectateurs en matière sociale, économique et politique dans leur environnement géographique proche. Les déboires d'ITVDigital au Royaume-Uni sont pour partie attribués à la faiblesse des programmes proposés face à la concurrence.

Pour bâtir cette offre et opérer la sélection des chaînes, la voie est étroite : il est en effet important de ne pas retenir des chaînes de nature à concurrencer de manière trop frontale tant les chaînes généralistes actuelles que les chaînes thématiques ou « premium » de l'ensemble du paysage de la télévision payante afin de ne pas les pénaliser ou nuire à leur équilibre économique dans certains cas très précaire.

Ces deux atouts doivent être valorisés pour déclencher l'achat de décodeurs. Il en est deux autres fréquemment évoqués par les opérateurs ou les commentateurs qu'il faut manier avec prudence car la consultation a montré que leur réalité et leur effectivité ne seraient pas au rendez-vous dans les meilleures conditions, et pour tout le monde, au moment du lancement de la TNT : il s'agit de la portabilité et de l'interactivité.

- La portabilité : dans l'absolu, c'est une solution technique idéale, car elle permet au moyen d'une antenne intégrée dans le téléviseur ou jointe au récepteur, de recevoir la télévision partout dans la maison ou même sur des récepteurs de poche, à l'intérieur comme à l'extérieur. Cette solution sera cependant coûteuse en termes d'infrastructures de diffusion : il faut en effet des relais complémentaires aux émetteurs principaux pour assurer à tous les téléspectateurs de la zone couverte par la TNT une réception en mode portable. En l'état actuel de l'équipement du territoire en émetteurs, il y a un véritable risque à mettre l'accent sur la portabilité alors que les infrastructures ne seront pas prêtes au moment du lancement de la TNT. Enfin, aucune étude ne semble avoir été réalisée, ou en tout cas n'est connue, sur les effets sur la santé humaine de la multiplication et de la densification des points de ré-émissions de fréquence.

- L'interactivité : la TNT a également été souvent présentée comme la promesse de la mise à disposition auprès du téléspectateur de services interactifs, c'est à dire de la possibilité d'un dialogue entre l'utilisateur de la télévision et un fournisseur de services, qui vont de la fourniture d'informations à des services de transaction comme les achats, les paris aux jeux, les services bancaires etc...A terme, la convergence technologique devrait permettre à la télévision d'être le vecteur ou le réceptacle de multiples fonctions. Or, il ne semble pas qu'une majorité de Français soit encore intéressée par cette fonctionnalité : la pénétration relativement lente d'Internet en France montre la réticence d'une grande partie de la population à utiliser ce genre de services. L'étrécissement des capacités en fréquences disponibles peut également limiter le développement de ces services. De plus, selon certains, la télécommande de la télévision n'est sans doute pas la façon la plus conviviale pour naviguer au sein d'un programme ou service interactif, et les délais de connexion ou de réponse vont mettre du temps à s'améliorer. Une des raisons de l'insuccès de la TNT en Suède est la déception à l'égard des services interactifs, quasi inexistantes.

## **b) Ces avantages sont susceptibles de répondre aux attentes des téléspectateurs**

Ces atouts sont de nature à répondre aux attentes des téléspectateurs, qui sont multiples mais un peu floues.

- Si l'on estime que les chaînes gratuites seront le vecteur d'attractivité principal, la TNT ne devrait pas naturellement et de prime abord intéresser les foyers équipés d'une offre de télévision payante du câble ou du satellite, sauf à ce qu'ils se désabonnent (le taux de désabonnement est actuellement compris entre 10% et 15 % par an).

C'est donc d'abord un vivier de 11,5 millions de foyers (source : BIPE) qui ne reçoivent que les six (ou moins dans certaines zones) chaînes en clair analogiques qu'il faut convaincre des « plus » de la TNT, sauf à chercher à les contraindre en fixant une date pour l'arrêt de la diffusion en analogique, comme tous les pays européens ayant lancé la TNT l'ont fait (entre 2006 pour la Finlande et l'Italie et 2012 pour l'Espagne). Cette catégorie de téléspectateurs est a priori celle qui a le moins besoin ou le moins envie d'une offre supplémentaire de télévision et qui se contente des programmes des chaînes dites historiques actuelles principalement, parce qu'ils n'ont pas le temps ou le désir d'une autre offre de télévision.

- En revanche, les foyers qui ne peuvent pas recevoir une offre payante du câble ou du satellite pour des raisons techniques sont potentiellement plus intéressés par la TNT, y compris dans sa dimension payante.

- Enfin, dans un contexte où il y a des déçus du câble et satellite malgré le développement régulier du marché<sup>1</sup>, la TNT peut donner une impulsion nouvelle au marché de la télévision payante, qui semble relativement mature, si elle répond aux attentes de ceux pour qui le câble ou le satellite ne sont techniquement et/ou économiquement pas adaptés et qui souhaitent néanmoins, en fonction de leurs centres d'intérêts particuliers, avoir un choix de télévision supplémentaire par rapport à la télévision gratuite sans y consacrer un budget trop important.

La recherche de la qualité du son et de l'image numérique est certes un élément de forte motivation du téléspectateur et on peut espérer que ce sera le cas tant pour l'offre payante de la TNT que pour l'offre gratuite. Mais le prix de l'abonnement sera un élément décisif pour le téléspectateur avec bien entendu la nature des programmes proposés. Ceux-ci ne seront certes pas nombreux, mais cette donnée n'est pas forcément un handicap pour la motivation des téléspectateurs.

---

<sup>1</sup> D'après la dernière enquête d'Ipsos-Stratégies réalisée du 24 août au 1<sup>er</sup> septembre 2001, la TNT jouit d'une forte attractivité pour trois quart des téléspectateurs. Ils choisiront entre la TNT et le câble, ou le satellite. Près de deux tiers des abonnés au câble ou au satellite se disent très attirés par la TNT, même si l'offre de la TNT est floue. Celle-ci pourrait attirer les déçus du câble et du satellite de plus en plus nombreux ou ceux qui considèrent que l'offre proposée par ces canaux est peu compréhensible ou redondante. La moitié des abonnés sont satisfaits des programmes mais leur nombre est en baisse d'après les enquêtes régulières d'Ipsos-Stratégies. Plus de la moitié des abonnés et 45% de ceux qui ont l'intention de s'abonner estiment le prix prohibitif. La qualité des programmes est jugée inégale, plus de la moitié des abonnés fustigeant l'abus de rediffusions. L'augmentation du nombre de chaînes dérouta 63% des téléspectateurs et 45% des abonnés au câble et au satellite. Les intentions de s'abonner en télévision payante baissent régulièrement (18% d'intention contre 22% il y a un an) mais les agglomérations de plus de 20 000 habitants pèsent davantage qu'il y a un an dans les intentions d'abonnement. Et parmi ceux qui n'en ont pas l'intention (61%), la part des plus réticents progresse (42% contre 30%). Seuls 29% (contre 35%) souhaitent s'abonner dans les six prochains mois (soit 350 000 abonnés toutes plates-formes confondues), pour un tiers au câble et pour deux tiers au satellite. Les traditionnels moteurs d'abonnement (cinéma, qualité du son et image numérique, documentaires, information, sport...) sont moins forts, seul le paiement à la séance progresse de 8 points. Ceci peut témoigner d'une certaine saturation du marché selon certains commentateurs.

Plus des deux tiers des téléspectateurs et davantage parmi les abonnés estiment que la diversité des chaînes, programmes et services est amplement suffisante. Pour la TNT, la composition de multiplexes homogène et équilibrée (entre les différentes cibles de téléspectateurs) et la définition d'une offre payante complémentaire du câble et du satellite seront fondamentales.

Il semble que le degré d'exigence du téléspectateur pour la TNT sera élevé, voire plus élevé encore que pour le câble ou le satellite : offre de qualité abondante -mais sans excès- et constante (pour la TNT gratuite et la TNT payante), à bas prix, d'accès facile et offrant de l'interactivité. L'arrivée de la TNT dans les agglomérations de plus de 20 000 habitants devrait contribuer à aviver la concurrence entre le câble et la TNT, compte tenu du réservoir d'abonnés potentiels à la télévision payante. Elle s'opère dans un contexte où les opérateurs de la télévision payante, au moyen de produits de qualité et très fortement marqués (très adaptés à la demande de la cible), s'efforcent de fidéliser leurs abonnés et de convaincre les téléspectateurs réticents. Car, selon une autre étude mentionnée au cours des auditions, le pourcentage de ceux qui ne veulent pas s'abonner à la télévision payante est passé de 33% en 2000 à 47% en 2001. L'importance du phénomène du piratage des décodeurs est à souligner ici et peut sans doute expliquer une partie de la réticence à payer pour obtenir des programmes de télévision.

Selon certaines sources, 2 millions de foyers pourraient s'abonner à la télévision payante sur la TNT dans un délai de cinq ans. Au Royaume-Uni, ITV Digital a atteint 1,13 millions d'abonnés en trois ans, malgré une vive offensive commerciale des opérateurs du satellite. En Suède, la TNT est un échec avec à peine quelques dizaines de milliers d'abonnés seulement depuis sa mise en place en 1999. En Espagne, la TNT démarre également lentement depuis mai 2000 avec près de 210 000 abonnés.

En résumé, pour les abonnés actuels au câble et au satellite, le faible nombre de chaînes de la TNT peut s'avérer un atout si certains de ces abonnés estiment que l'abondance de chaînes est plutôt un défaut. Pour ceux qui hésitent encore à s'abonner à une offre payante, la TNT est plutôt attractive car l'offre sera plus réduite et a priori moins chère. Seuls les réfractaires à tout abonnement à la télévision resteront à convaincre, mais l'offre gratuite de la TNT peut constituer un levier d'abonnement à l'offre payante de la TNT.

## **B. LA MISE EN PLACE DE LA TNT NÉCESSITE D'ACCÉLÉRER LA PRÉPARATION TECHNIQUE DE SON LANCEMENT**

Quatre sujets sont principalement concernés :

### a. La diffusion

Le lancement de la TNT nécessite des travaux sur les sites d'émission (cf. annexe) choisis pour la diffuser : 29 sites désignés par le CSA doivent être équipés pour que la TNT soit lancée dans des conditions jugées minimales par la plupart des opérateurs, soit une couverture de 50% de la population, correspondant aux grandes villes françaises. Un délai de 12 à 18 mois semble nécessaire pour aménager les sites permettant d'assurer cette couverture minimale. Pour couvrir environ 80% de la population, 110 sites au total seront nécessaires, leur aménagement étant prévu de façon progressive.

L'aménagement des sites des émetteurs hertziens appartenant à Télédiffusion de France (TDF), qui détient actuellement un monopole de facto de la télévision analogique de terre, est la solution qui paraît la plus rationnelle du fait des contraintes techniques et environnementales. Toutefois, en plus de TDF, d'autres diffuseurs, pour partie nouveaux entrants, entendent également proposer une offre concurrente de diffusion aux éditeurs de chaînes et la loi du 1<sup>er</sup> août 2000 leur reconnaît cette possibilité pour la TNT. S'ils envisagent dans quelques cas de développer leurs propres sites, ils devront pour l'essentiel être accueillis dans un premier temps sur les sites de TDF, ce qui suppose la mise à disposition d'un espace ou d'un local pour l'implantation des émetteurs, un passage pour les liaisons de télécommunications, et éventuellement la mise à disposition de l'alimentation électrique et la maintenance des installations partagées. A cet égard, d'après les éléments recueillis pendant la consultation, les premiers sites devant être préparés en vue d'émettre la TNT sont considérés par beaucoup comme peu reproductibles et pourraient même, selon certains, constituer des infrastructures essentielles. La construction de sites alternatifs par de nouveaux entrants sur le marché de la diffusion ne peut être envisagée qu'ultérieurement compte tenu des délais de lancement de la TNT.

La consultation des différents opérateurs a fait apparaître des difficultés liées à la prise en charge des prestations de diffusion de la TNT par plusieurs opérateurs du fait de la situation de monopole de TDF. Les

conditions financières de l'accueil sur les 29 sites de TDF doivent être rapidement établies et connues des diffuseurs concurrents et être non discriminatoires, transparentes et mieux orientées vers les coûts. Outre la question clef du prix de l'hébergement, le périmètre exact des prestations à fournir par TDF et la garantie de séparation dans les comptes entre les revenus tirés des prestations en concurrence et les autres revenus constituent autant de points en suspens à régler.

#### b. Le multiplexage

L'opérateur de multiplexage est un acteur spécifique de la TNT : regroupement physique de base de la TNT ou tête de réseau, il organisera la « cohabitation » des programmes regroupés sur un canal (5 à 6 chaînes) et assurera la gestion technique optimale du canal tout au long du temps de diffusion en fonction de la nature du programme diffusé. En effet, plus il y a de mouvements dans une image, plus cette image a besoin d'espace dans la bande passante. Le multiplexeur devra donc effectuer en temps réel les réglages et les ajustements techniques nécessaires pour garantir au téléspectateur une qualité d'image excellente en continu. Il aura le choix entre un multiplexage statique (gestion statique de la bande passante) et un multiplexage statistique (gestion dynamique de la bande passante en fonction des besoins des programmes). La gestion optimale de la bande dans le multiplex est particulièrement cruciale pour la TNT, les services interactifs étant grands consommateurs de bande passante.

Le multiplexeur est situé entre la source de l'émission de télévision et l'émetteur principal qui va diffuser vers les antennes des téléspectateurs via éventuellement des sites secondaires. Physiquement, les multiplexeurs seront *a priori* installés dans une tête de réseau, ce qui suppose donc l'aménagement d'espaces spécifiques à l'intérieur ou à proximité de ce site. Le schéma technique probable est qu'il y aura une tête de réseau au niveau national, qui sera ensuite relayée par une tête de réseau régional pour intégration des programmes de télévision locaux.

La consultation a fait apparaître que, garante de la qualité du signal, l'opération de multiplexage, qui consiste à prendre en charge le codage, le multiplexage du flux, le transport et la diffusion, est un maillon important dans la chaîne de diffusion et n'est pas sans lien avec le choix du type de chaînes, plus ou moins consommatrices de bande passante, qui composeront le multiplex. Cet opérateur va devoir contracter avec les éditeurs pour toutes les fonctions techniques de multiplexage, de transport et de diffusion. Il est garant du bon fonctionnement de l'ensemble des opérations de diffusion. Il devra également veiller, en liaison avec le ou les distributeurs commerciaux de la TNT, au développement homogène de la couverture du multiplex qu'il représente.

Plusieurs opérateurs ont exprimé le souhait d'être multiplexeur et sont techniquement prêts à assumer ces tâches. Pour ce qui est des modalités juridiques, la loi impose qu'il s'agisse d'une société distincte des éditeurs. L'opération de multiplexage, notamment statistique, impose de respecter le principe de l'égalité de traitement entre tous les éditeurs d'un même multiplex dans le respect de l'allocation des bandes passantes faite par le CSA. L'usage du débit, la répartition des coûts techniques qui doit s'effectuer au prorata de la consommation de bande passante et les modalités de répartition des charges en cas de défaillance d'un éditeur du multiplex sont des questions devant être réglées dans les contrats conclus avec les éditeurs. On peut aussi se demander s'il n'est pas souhaitable que l'opérateur de multiplexe soit indépendant du ou des distributeurs de TNT.

#### c. Les antennes

La planification retenue par le CSA a été fondée sur la volonté d'assurer la compatibilité avec le parc d'antennes existant dans les zones de couverture et de permettre l'initialisation de la TNT sans remplacement ou intervention sur les antennes.

En pratique, il s'avère que toutes les antennes ne pourront pas directement et immédiatement recevoir la TNT.

Le SIMAVELEC, avec le concours des syndicats d'antennistes (SNIDA et FEDELEC) a réalisé une étude afin d'estimer le nombre d'antennes qu'il faut adapter ou changer et le coût de ces travaux pour le téléspectateur. L'étude distingue l'habitat individuel et l'habitat collectif.

- pour l'habitat individuel : 68% des antennes recevraient sans problème les signaux de la TNT de l'émetteur vers lequel elles sont orientées. Pour une installation existante en bon état et

d'accessibilité normale, 11% des installations devront subir une adaptation pour un coût estimé inférieur à 150 euros, 18 % à un coût inférieur à 275 euros et 3% (les zones frontalières notamment) à un coût inférieur à 380 euros.

- pour l'habitat collectif : 52% des antennes ne devraient pas subir d'intervention. Pour les autres, le coût devrait varier en fonction du traitement utilisé et de la taille de l'installation : 43% nécessiteraient des travaux pour un montant compris entre 230 et 700 euros et 5% des travaux d'un montant compris entre 900 et 1800 euros. Le coût moyen par foyer habitant en immeubles collectifs est estimé à 23 euros.

Certains opérateurs ont attiré l'attention sur la nécessité d'anticiper les travaux, notamment dans les habitats collectifs, pour qui toute décision relative à des travaux sur les parties communes demandent une réunion des assemblées de copropriétaires et/ou une action des syndicats ou des gestionnaires d'immeubles. Cette anticipation nécessite de mener une campagne d'information auprès des syndicats de copropriété et des gestionnaires de parcs locatifs pour que le message soit passé dans des délais permettant la prise de décision des travaux et la réalisation de ceux-ci.

Ce paramètre temps en l'espèce est en effet très important dans la préparation du lancement de la TNT. Il faut en effet prendre en compte :

- la difficulté et la longueur prévisibles de la prise de décision dans les immeubles collectifs (compte tenu notamment de l'intérêt divergent que pourront avoir les occupants -les personnes abonnées au câble ou au satellite pourront avoir des réticences à investir dans un nouvel équipement),
- les délais d'adaptation du parc d'antennes dans les zones couvertes par la TNT : d'après la consultation, une douzaine de mois de travail à temps plein serait nécessaire aux antennistes pour adapter le parc.

#### d. Normalisation et standardisation des décodeurs et logiciels de contrôle d'accès et d'interactivité.

La préparation de la mise sur le marché de décodeurs passe également par leur normalisation et il existe différents niveaux de normalisation :

- la normalisation pour la réception des programmes en clair : elle est d'ores et déjà acquise ; il s'agit pour la télévision hertzienne de la norme DVB-T. Les câblo-opérateurs ont attiré l'attention des Pouvoirs publics sur le fait que leurs terminaux n'étaient pas normalisés sur la base de cette norme mais sur celle de la norme DVB-C et qu'une réglementation qui viendrait imposer le DVB-T les contraindrait à renouveler l'ensemble de leur parc de décodeurs.
- la normalisation pour le contrôle d'accès et l'interactivité : la loi du 30 septembre 1986 modifiée (article 25) pose le principe de l'interopérabilité dont les conditions techniques sont définies dans un arrêté ministériel.

S'agissant de l'accès aux chaînes cryptées, pour des raisons commerciales et tenant à la protection contre le piratage, les opérateurs n'utilisent pas le même système d'accès. Pour assurer l'interopérabilité, il conviendra cependant qu'un même décodeur puisse recevoir plusieurs systèmes d'accès. Deux solutions existent pour assurer cette interopérabilité : le Simulcrypt (l'interopérabilité est gérée par les opérateurs en têtes de réseaux) et le Multicrypt (l'interopérabilité est gérée dans les terminaux). Il existe également une solution intermédiaire qui consiste à mettre sur le décodeur une interface normalisée DVB sur laquelle vient se brancher le module et la carte de contrôle d'accès.

S'agissant de l'interactivité, le problème est plus complexe et il n'existe pas encore de norme établie en dehors d'une norme dérivée d'Internet, les autres systèmes étant des systèmes propriétaires. Les travaux de normalisation menés actuellement au CSA étudient deux possibilités : une norme ISO peu coûteuse mais aux capacités limitées : la MHEG5, et une norme DVB-MHP, complète mais plus coûteuse et pas encore opérationnelle. Les choix ne sont pas encore arrêtés mais il paraît raisonnable de considérer que les travaux sur la normalisation de l'interactivité, qui n'a pas encore suscité un engouement fort du public, ne doivent

pas ralentir la mise sur le marché de décodeurs permettant de recevoir les chaînes gratuites et d'accéder le cas échéant aux programmes payants.

## **II. L'EQUILIBRE ECONOMIQUE DE TOUS LES OPERATEURS NE SERA ATTEINT QUE PAR UN SYSTEME DE DISTRIBUTION EFFICACE PROTÉGEANT LES ACTEURS D'ATTEINTES À LA CONCURRENCE**

Plusieurs objectifs principaux conditionnent les réflexions et propositions qui suivent : permettre un accès aisé du téléspectateur à la TNT à un prix raisonnable, assurer la viabilité des éditeurs par une rémunération satisfaisante et des coûts maîtrisés, intégrer une perspective de retour sur investissements au(x) distributeur(s) et préserver celle des opérateurs actuels du câble et du satellite. Dans leur ensemble, ces réflexions et propositions sont aussi inspirées par l'idée de ne pas dégrader les conditions de concurrence sur les marchés de la télévision, et notamment celui de la télévision payante et, si possible de les améliorer.

### **A. L'ATTRACTIVITÉ DE LA TNT POUR LE TELESPECTATEUR : UN ACCÈS FACILE ET PEU COÛTEUX, UNE OFFRE COMMERCIALE MODULABLE**

#### a. Les décodeurs

La possibilité pour le téléspectateur de se procurer facilement des décodeurs pour recevoir la TNT est fondamentale pour la réussite du lancement de la TNT. Il est tout aussi important que le consommateur puisse acheter ou louer un décodeur sans que cet acte soit lié à un abonnement à l'offre payante de la TNT. En d'autres termes, il est indispensable de penser et gérer la TNT d'abord à partir de l'accès aux chaînes gratuites, qui devront faire de leur côté un effort promotionnel.

La consultation a fait apparaître que le seuil maximal psychologique pour l'achat d'un décodeur de base serait de 150 euros TTC (le surcoût acceptable pour l'achat d'un téléviseur avec décodeur intégré par rapport aux téléviseurs actuels est du même ordre de grandeur). Le prix de la location mensuelle serait environ de 7 à 8 euros. Les principaux fabricants de décodeurs rencontrés au cours de la consultation apparaissent en mesure de fabriquer les décodeurs dans des délais rapides (de l'ordre de quelques mois), en nombre suffisant pour répondre à la demande. Ces estimations de prix correspondent aux prix payés par les téléspectateurs européens recevant la TNT, notamment en Finlande et en Italie. Au Royaume-Uni, en raison de la vive concurrence avec le satellite, le distributeur ITVDigital fournit gratuitement les décodeurs depuis 1999 contre un abonnement d'un an à la TNT. En Suède, le prix excessif des décodeurs a découragé les téléspectateurs.

Pour qu'ils soient d'accès facile, les décodeurs devraient être vendus dans la grande distribution, généraliste ou spécialisée. Réserver la location ou la commercialisation des décodeurs aux seuls distributeurs des chaînes payantes de la TNT serait une erreur. Seule la grande distribution est en effet à même de permettre une exposition suffisamment large et visible de ces produits susceptible de provoquer chez le téléspectateur, sinon des achats d'impulsion, du moins une réflexion sur l'achat de ce type de produits, surtout si une campagne d'information à destination du grand public sur la TNT est organisée. Réduire les points de vente ou de location des décodeurs constituerait un frein pour le développement de la TNT gratuite et au delà de l'offre payante. En outre, réserver au(x) distributeur(s) de la TNT payante la commercialisation des décodeurs comporterait l'inconvénient de créer ou de renforcer une situation de dépendance des fabricants de décodeurs à l'égard de ce ou de ces distributeurs et pourrait donc à terme avoir des effets de réduction de l'offre, voire d'éviction sur le marché de certains opérateurs.

Par ailleurs, d'après les opérateurs, ce type d'appareil ne doit pas requérir de déplacement d'installateur au domicile des téléspectateurs : comme tout appareil HI-FI ou périphérique de télévision ou d'ordinateur (magnétoscope, lecteur DVD, imprimante ...), il doit pouvoir être branché par le consommateur lui-même sur la télévision.

Pour que dans un second temps, les téléspectateurs qui ont fait la démarche de s'équiper d'un décodeur pour recevoir l'offre en clair de la TNT puissent aisément, s'ils le souhaitent, accéder à une offre payante

de TNT (voire à terme également de câble et de satellite) sans changer d'appareil, il très important que ces décodeurs soient évolutifs, c'est à dire, comme le prévoit la loi (article 25 de la loi du 30 septembre 1986 modifiée), interopérables et également à même d'accueillir des cartes d'accès conditionnels ou d'être déverrouillés simplement, soit par le téléspectateur lui-même par l'entrée d'un code ou à distance par le distributeur commercial qui aura vendu l'abonnement aux chaînes payantes.

Il s'agit là d'un impératif pour que le consommateur puisse passer en souplesse, sans contrainte technique particulière et sans frais supplémentaire dans l'achat ou la location d'un nouveau matériel, à une offre additionnelle de télévision payante.

Une vigilance s'impose sur deux autres points afin de limiter les risques de déception liés à des problèmes de réception, la multiplication « d'incidents » et la médiatisation pouvant en être faite risquant d'avoir des conséquences extrêmement négatives sur le développement de la TNT :

- les décodeurs mis à disposition du public devront comporter sur leur emballage une information claire sur leurs caractéristiques essentielles et aussi être accompagnés d'une notice explicative sur leurs fonctionnalités ; il est souhaitable qu'un service après vente soit prévu, soit par le constructeur soit par le vendeur, ou en coopération, pour qu'en cas de problème, le consommateur puisse rendre l'appareil et se faire rembourser (par exemple s'il a acheté un décodeur pour l'installer dans un endroit dont il ne savait pas qu'il n'était pas situé dans la zone de couverture de la TNT) ou appeler une Hot Line pour résoudre les problèmes techniques qu'il pourrait rencontrer.

- une information précise des zones de couverture de la TNT devra être assurée dans les points de vente ou de location des appareils.

- en cas de location des décodeurs, indépendamment même de la souscription d'un abonnement aux chaînes payantes, les contrats de location devront pouvoir être résiliés facilement et sans préavis excessif. Comme pour la vente, si le décodeur a été installé dans une zone non couverte par la TNT, le contrat devrait pouvoir être automatiquement résilié pendant une quinzaine de jours environ après sa signature. Les loueurs de décodeurs pourront sans doute utilement s'inspirer des recommandations de la Commission des clauses abusives pour rédiger leur contrat type.

Afin de faciliter l'initialisation de la TNT, gratuite notamment, auprès d'un nombre important de téléspectateurs pendant la phase de lancement de la TNT, et alors que serait annoncée la fin de la diffusion analogique qui rendra obsolète à terme une partie des téléviseurs, la question d'une incitation à l'achat d'un décodeur ou d'un nouveau téléviseur pourrait être posée. Une incitation financière a ainsi été prévue en Suède.

#### b. L'offre commerciale

Le ou les distributeurs des chaînes payantes devront prendre en compte dans la limite des choix effectués par le CSA les attentes des téléspectateurs et se fonder sur les expériences du câble et du satellite pour la commercialisation de l'offre payante. La réglementation devrait contribuer à structurer l'offre commerciale notamment en séparant la commercialisation des chaînes cinéma des autres chaînes.

Dans l'hypothèse où le ou les distributeurs commercialiseraient l'ensemble des chaînes payantes de la TNT, la question qui se pose ensuite est de savoir s'il faut un seul bouquet ou s'il est préférable de segmenter l'offre en plusieurs mini-bouquets, voire laisser le téléspectateur composer librement son bouquet et s'abonner s'il le souhaite à une seule chaîne.

Il n'est pas de la compétence du Ministère de l'économie, des finances et de l'industrie de formuler des préconisations précises quant aux types d'offres commerciales, ce serait en effet contraire à la liberté commerciale des opérateurs ; mais il est de sa responsabilité de recommander aux opérateurs de mettre en vente des formules qui garantissent la viabilité des éditeurs et des distributeurs tout en respectant la liberté du téléspectateur, pour assurer le succès de la TNT à long terme.

Sur la composition de l'offre commerciale, les avis sont partagés et la question s'apprécie différemment si l'on se place du point de vue de l'éditeur et du distributeur ou de celui du téléspectateur. Du point de vue du téléspectateur, certains opérateurs considèrent qu'il faut lui laisser la plus grande liberté et la plus grande souplesse possible en lui permettant de choisir les chaînes auxquelles il souhaite s'abonner, voire ne s'abonner qu'à une chaîne : la modularité de l'offre, avec une grande facilité d'accès aux matériels de

réception et une simplicité dans les abonnements, serait ainsi la clef du succès auprès des consommateurs. D'autres estiment en revanche que la fragmentation de l'offre commerciale risque de fragiliser les chaînes nouvelles, de moindre notoriété ou à faible audience.

Dans le même ordre d'idée, dans l'hypothèse où plusieurs distributeurs ne commercialiseraient pas le même bouquet de chaînes payantes de la TNT, l'impossibilité pour le téléspectateur d'accéder à l'ensemble de l'offre auprès d'un même distributeur est susceptible de constituer pour lui une source de complexité de nature à le dissuader de s'abonner. S'il souhaite accéder à l'ensemble de l'offre payante, il devra dans ces conditions multiplier les abonnements : il paiera alors sans doute une somme plus élevée que s'il n'avait qu'un abonnement pour un bouquet, indépendamment peut-être du cas des chaînes premium. Cette hypothèse pourrait freiner le développement de la TNT payante, ce qui pourrait avoir des répercussions sur l'ensemble de la TNT.

## **B. LES CONDITIONS DE L'EQUILIBRE POUR L'EDITEUR DE LA TNT REPOSENT AU DÉPART, PLUS SUR UNE RÉDUCTION DES COÛTS QUE SUR LA RÉMUNÉRATION.**

Le coût de diffusion, les coûts de programmes, les ressources publicitaires et la rémunération des chaînes payantes sont les composantes principales de l'équilibre de l'éditeur. Elles ont une importance différente pour les chaînes dites historiques et pour les nouveaux entrants. Par ailleurs, l'équilibre économique ne sera pas atteint dans les mêmes conditions pour les chaînes gratuites et pour les chaînes payantes du fait de leur différence de situation au regard notamment de leur financement.

### a. Le coût de diffusion

La consultation a permis de mieux cerner l'importance de cette question, beaucoup d'opérateurs ayant mis l'accent sur le niveau élevé du coût de diffusion qui serait de l'ordre de 4,5 à 6 millions d'euros pour 75 à 80% de la population (110 sites équipés), 5 à 6 fois plus élevé que celui d'une diffusion par câble ou satellite.

Si les grandes chaînes généralistes sont en mesure d'absorber le coût de la diffusion qui, quoique sensiblement inférieur à celui de la télévision hertzienne analogique, s'ajouterait pour elles à celui-ci, les autres, et notamment les nouvelles chaînes, gratuites ou payantes, et notamment les chaînes thématiques, auront sans doute plus de difficultés. Ce problème est particulièrement crucial pour des chaînes d'importance moyenne en phase de démarrage quand les recettes (publicité ou abonnement) sont difficiles à évaluer.

Plusieurs solutions sont évoquées par les opérateurs pour rendre plus aisé et moins risqué le démarrage des chaînes et notamment celui des moins puissantes d'entre elles et pour réduire la facture telles que le partage d'une fréquence entre deux chaînes et une montée en charge progressive de la couverture territoriale. Toutefois une montée en charge trop lente pourrait avoir des conséquences négatives sur l'audience des chaînes concernées et donc sur le niveau des ressources publicitaires. Dès le démarrage, la TNT britannique couvrait entre 50 et 70% de la population suivant les multiplexes. Aujourd'hui, presque tous les multiplexes ont une couverture égale à 90% de la population mais la faible qualité de la transmission des signaux contribue à l'hémorragie de la clientèle de la TNT vers le satellite. En Suède, l'objectif volontariste de Teracom, l'opérateur public de télédiffusion, est de porter la couverture à 98% de la population en 2002.

### b. Les recettes publicitaires

Le marché publicitaire est un marché difficilement prévisible et son évolution est intimement liée à la conjoncture économique. S'agissant de la publicité télévisée, on constate une forte concentration des investissements publicitaires sur les chaînes hertziennes et une inflation des tarifs défavorables aux petits annonceurs.

Dans ce contexte, l'arrivée de la TNT pourrait selon certains analystes entraîner un élargissement de l'offre d'écrans susceptible de permettre à de nouveaux annonceurs d'accéder à ce support publicitaire,

notamment grâce à une diminution du ticket d'entrée, principalement aux heures de grande écoute. Elle permettrait aussi aux annonceurs d'avoir des stratégies d'annonces ciblées sur les chaînes thématiques.

Pour les nouvelles chaînes de la TNT, ces nouvelles ressources publicitaires ne se concrétiseront que si leur audience est significative pour les annonceurs. Cela implique que l'initialisation de la TNT soit effective dans le plus grand nombre de foyers possible.

La croissance du marché publicitaire, qui est pour l'instant l'un des plus faibles des grands pays européens, apparaît nécessaire pour financer tant les chaînes généralistes que les nouvelles chaînes gratuites et les chaînes payantes de la TNT autorisées à diffuser de la publicité. Beaucoup d'opérateurs préconisent, à juste titre, de lever, au moins partiellement, les interdictions à la publicité télévisée qui subsistent pour certains secteurs (presse, distribution, cinéma, livre).

Cette demande n'a pas pour l'instant été retenue, mais il serait souhaitable d'examiner cette question afin de mesurer les avantages qu'aurait cette ouverture pour la TNT au regard des inconvénients pour les secteurs concernés et les autres supports publicitaires. Le seul accroissement de l'offre d'écrans n'est à lui seul sans doute pas suffisant pour assurer l'équilibre économique des chaînes, notamment gratuites.

### c. Les recettes tirées de la rémunération versée par les distributeurs

Les éditeurs de chaînes payantes perçoivent une rémunération des distributeurs basée principalement sur le nombre d'abonnés. La consultation a confirmé la crainte des éditeurs, dans le cas d'une diffusion parallèle de leurs programmes sur les trois modes de diffusion, concernant la baisse de leur rémunération, déjà observée sur le câble et le satellite et qui résulterait d'un rapport de forces déséquilibré entre les éditeurs et les distributeurs commerciaux. Ils estiment que les nouveaux abonnés sur la TNT ne compenseront pas suffisamment la diminution de ces recettes.

Certains estiment que, compte tenu des caractéristiques particulières de la TNT et notamment du coût de diffusion plus élevé par rapport au câble et au satellite, une rémunération supérieure pour la TNT serait justifiée, au moins pendant la phase de démarrage, ce qui les conduit à réclamer un dispositif d'encadrement des rémunérations des éditeurs par les distributeurs sur les différents supports de diffusion et/ou à demander la non-application de la clause de la « nation la plus favorisée » pour la TNT.

La demande de conditions de rémunération transparentes et différenciées sur la base de critères objectifs est légitime, en revanche, il serait contraire au principe de la liberté du commerce d'instaurer un mécanisme d'encadrement des rémunérations dont la fixation relève des négociations contractuelles. Quant à l'application de la clause de la nation la plus favorisée, elle ne paraît pas, tout particulièrement en phase de démarrage de la TNT, correspondre aux possibilités économiques de l'édition.

S'agissant des critères de rémunération, la consultation fait ressortir que l'audience ne doit pas être le seul critère pour asseoir la rémunération mais que des critères qualitatifs, tels que la satisfaction des abonnés, les efforts de promotion et d'investissement, peuvent être pris en compte.

## **C. LES CONDITIONS DE L'EQUILIBRE POUR LE OU LES DISTRIBUTEURS : OBTENIR UN RETOUR DE L'INVESTISSEMENT INITIAL DANS UN PAYSAGE CONCURRENTIEL**

D'après la loi du 1<sup>er</sup> août 2000, le distributeur commercial, qui doit être une société distincte des éditeurs, doit effectuer une déclaration préalable auprès du CSA (article 30-2) comportant la composition et la structure de l'offre de services, ses modalités de commercialisation, l'équilibre économique des relations avec les éditeurs de services, la composition du capital de la société ainsi que tout accord de commercialisation du système d'accès sous conditions (article 34-2).

La consultation a permis de mieux cerner le point de vue des différents opérateurs sur la distribution de l'offre payante de la TNT et d'appréhender les contraintes économiques pesant sur le ou les distributeurs

commerciaux. Cela conduit à envisager un schéma de distribution qui soit compatible avec le droit de la concurrence.

#### a. Le point de vue des différents opérateurs

La consultation montre, à quelques exceptions près, des différences de point de vue notables sur l'organisation commerciale de la distribution des chaînes payantes de la TNT entre deux catégories d'opérateurs.

Toutefois, deux points de convergence ressortent tout particulièrement : la nécessité d'une expérience et d'un savoir-faire dans la distribution payante pour favoriser le succès de la TNT auprès du public et l'impératif d'une offre tarifaire attractive de la TNT face notamment aux offres promotionnelles actuelles du câble et du satellite.

Les éditeurs considèrent dans leur large majorité que le petit nombre de chaînes payantes de la TNT induit naturellement un seul distributeur et que cette solution est seule à même de « booster » le lancement de la TNT ; d'autres considèrent en revanche que le marché de la télévision payante doit être appréhendé de manière globale et que l'accès à la distribution ne doit pas être restreint. Les opérateurs de la grande distribution et les fabricants de décodeurs se placent dans la même logique. On observe en revanche une relative unanimité pour relever la difficulté pour de nouveaux opérateurs d'accéder au marché de la distribution commerciale quelques années après le lancement de la TNT, dans le cas où il n'y aurait, au démarrage qu'un distributeur, ne serait-ce par ce qu'il n'aurait pas accès au fichier d'abonnés voire aux décodeurs déjà en place.

Les avis sont également contrastés en ce qui concerne la constitution des offres commerciales. Ainsi les éditeurs considèrent pour les raisons précitées qu'un seul bouquet est économiquement réaliste, même si l'on peut envisager des solutions intermédiaires telles que la proposition des chaînes « premium », couplées avec quelques autres chaînes payantes. Ils considèrent en effet que toutes les chaînes payantes présentes sur la TNT n'auront pas la même notoriété et la même attractivité et que, pour assurer des recettes à l'ensemble des chaînes, et notamment aux nouveaux entrants s'il en existe, il est indispensable de prévoir une offre groupée. Ils sont rejoints sur ce point par un opérateur, candidat déclaré pour commercialiser les chaînes payantes de la TNT. D'autres opérateurs, dont certains câblo-opérateurs, considèrent qu'il est préférable de laisser la possibilité au téléspectateur de constituer son bouquet avec la plus grande liberté possible, en fonction de ses centres d'intérêts, et de combiner à la carte l'offre de la TNT avec celles du câble et du satellite. L'idée a également été avancée de la commercialisation indépendante d'une seule chaîne de la TNT (chaîne premium) par un distributeur qui lui serait dédié.

C'est donc toute la question de l'exclusivité et de l'offre commerciale qui est ainsi posée et qui est au cœur du débat sur la distribution commerciale de la TNT.

Par ailleurs, l'inquiétude des câblo-opérateurs est à mentionner : elle est principalement liée aux obligations de diffusion (« must-carry ») des chaînes gratuites de la TNT sans assurance d'une contrepartie financière. Ces opérateurs, qui craignent déjà la concurrence que va leur causer la TNT d'un point de vue commercial et le brouillage de leurs fréquences par celles de la TNT, considèrent que cette obligation venant s'ajouter à celles qu'ils ont déjà, va les transformer en simples transporteurs de contenu.

#### b. Les contraintes pesant sur le distributeur

Le ou les distributeurs commerciaux susceptibles d'intervenir sur la TNT devront faire face à plusieurs types de coûts. Il s'agit :

- des coûts d'investissement dans un parc de décodeurs interopérables pour mise à disposition par la vente ou la location auprès du public. Le coût dépend de la sophistication de l'appareil.
- des coûts de logistique : coûts de gestion du parc d'abonnés et des terminaux, coûts des cartes à insérer dans les terminaux...
- des coûts commerciaux, notamment de promotion du ou des bouquets des chaînes payantes, notamment au démarrage de la TNT.
- les rémunérations des éditeurs de chaînes (cf. supra II. B. c).

L'investissement de départ pour un distributeur (terminal, logistique et marketing) est évalué par les distributeurs du câble et du satellite entre 250 à 300 euros par abonné.

Les recettes du ou des distributeurs commerciaux de la TNT dépendront de l'attractivité des chaînes à commercialiser. Leur montant global dépend aussi d'un taux de couverture de la population suffisant, d'un positionnement tarifaire du ou des bouquets payants compétitifs par rapport au câble et au satellite, et d'une politique de promotion susceptible de favoriser un démarrage rapide de la TNT.

Il reviendra au CSA de mettre en concordance l'offre commerciale avec la composition des multiplexes afin d'assurer une parfaite homogénéité de l'offre sur l'ensemble des zones couvertes de la TNT.

### c. Le schéma de distribution doit être compatible avec le droit de la concurrence en assurant la viabilité du ou des distributeurs.

Le schéma de distribution idéal de la TNT est celui dans lequel une pluralité de distributeurs, non liés à des éditeurs ou à des producteurs de programmes, se livrent concurrence au bénéfice des consommateurs-téléspectateurs et opèrent un partage équitable des revenus entre les différents acteurs de la chaîne de valeur afin de garantir leur viabilité économique.

Il ressort de l'analyse du marché de la télévision payante en France aujourd'hui, notamment de sa distribution commerciale, et de la consultation, qu'un développement économique de la TNT équilibré pour tous les opérateurs de la filière ne peut être assuré que si les modalités de la distribution respectent pleinement le droit de la concurrence. C'est pourquoi, il convient d'éviter tout schéma de distribution qui entraînerait une captation de la rente au profit d'un seul distributeur déjà actif, voire dominant, dans le secteur de la télévision payante.

Plusieurs scénarii sont *a priori* possibles.

#### 1. Un distributeur unique

La loi du 1<sup>er</sup> août 2000 est silencieuse sur les modalités précises de la distribution commerciale et ne prévoit aucun dispositif qui permette au CSA de sélectionner et d'agréeer le ou les distributeurs commerciaux de la TNT.

La consultation a confirmé que les particularités du marché de la télévision font que ce distributeur peut difficilement être issu d'un secteur totalement étranger à la télévision. Effectivement, seuls se sont déclarés candidats à ce jour des opérateurs déjà présents sur le marché de la télévision payante, ce qui pourrait rendre plausible le scénario d'une pluralité de distributeurs.

Néanmoins, le jeu est plus complexe qu'il n'y paraît. Beaucoup d'opérateurs hostiles à la TNT semblent en effet avoir intérêt à ne pas précipiter les choses pour conforter leurs positions afin de maintenir le statu quo sur les différents marchés liés à la télévision en général (publicité, décodeurs...). Certains pourraient néanmoins s'engager dans la distribution de la TNT pour ne pas laisser leurs concurrents seuls sur ce marché mais attendraient plus vraisemblablement des opérations de fusions –très difficiles à envisager du point de vue du droit de la concurrence. D'autres se résignent au scénario d'un distributeur unique et estiment par exemple que la migration de la base d'abonnés de Canal Plus de l'analogique vers le numérique, à tout le moins de ceux qui pourraient être concernés par la TNT, pourrait être un atout important pour cet opérateur pour lancer la TNT et que le nombre limité de chaînes payantes à commercialiser rend difficile la présence de deux opérateurs. Pour autant, il ne faut pas exclure qu'un autre opérateur se positionne pour être le distributeur de la TNT.

Le modèle d'un distributeur unique pose cependant des questions en termes économiques et au regard des règles de la concurrence.

Économiquement, il n'est pas certain que la solution du distributeur unique soit la meilleure pour assurer le succès de la TNT, notamment si ce distributeur est déjà présent sur le marché de la télévision payante. En effet, en modulant le dynamisme mis à commercialiser le bouquet TNT, c'est à dire en limitant les efforts promotionnels qui lui seraient consacrés ou en les concentrant sur ses propres chaînes, un distributeur unique peut freiner le développement de la TNT. Il pourrait aussi être tenté de conserver son leadership sur le marché de la télévision payante, sur un ou plusieurs segments (distribution par câble, satellite, décodeurs...) s'il est déjà en forte position.

Toutefois, force est de constater que l'expérience britannique de concurrence frontale entre le numérique terrestre et les offres traditionnelles de télévision payante a produit de désastreuses conséquences financières.

Juridiquement, la situation d'un distributeur unique n'est pas la meilleure pour le marché si elle renforce une position dominante, avec tous les risques d'abus que cela peut comporter. Si le marché de la distribution de la TNT devait à l'avenir être considéré comme un marché pertinent spécifique, ce qui n'est pas le cas aujourd'hui puisque le marché pertinent est celui de la télévision payante dans son ensemble, le distributeur unique serait même *a fortiori* en monopole.

S'il est en position dominante sur l'un des marchés de la télévision (édition, publicité, distribution...), le distributeur unique devra donc respecter certaines règles pour ne pas se voir imputer des pratiques anticoncurrentielles d'abus de domination qui pourraient concerner, d'une part, la constitution des offres et leur commercialisation auprès des abonnés, d'autre part, les relations avec les éditeurs (exclusivité, rémunération ...). Plusieurs types de pratiques ayant pour objet ou pouvant avoir pour effet de fermer l'accès au marché à d'autres opérateurs, tant les éditeurs que d'autres distributeurs, et qui pourraient être constitutives d'abus de position dominante sur le marché principal ou sur les marchés connexes sont possibles :

- la rémunération des chaînes sur la base de critères non transparents, non équitables et discriminatoires,
- l'ordre d'affichage ou de présentation des chaînes pré-établi et non modifiable facilement par le téléspectateur privilégiant les chaînes liées au distributeur,
- la rupture abusive de contrats de distribution avant l'échéance de l'autorisation d'émettre, ou le renouvellement dans des conditions moins favorables sans justification objective ou jeu de clause de sauvegarde figurant dans le contrat initial,
- l'insertion dans les contrats passés avec les éditeurs de clauses d'exclusivité qui les empêcheraient d'être également distribués par d'autres modes de diffusion,
- l'imposition dans les contrats passés avec les éditeurs de clauses d'exclusivité de distribution en numérique terrestre d'une durée supérieure à cinq ans, correspondant à la période nécessaire pour asseoir la TNT sur le marché de la télévision payante,
- une politique commerciale (composition de l'offre, prix) et promotionnelle discriminatoire de la part du distributeur en faveur des chaînes qui lui sont liées ou en faveur des autres modes de diffusion qu'il distribue, à l'occasion de la vente de l'offre payante de la TNT,
- la vente couplée de l'offre payante de la TNT et d'une autre offre payante à un prix inférieur à la somme des deux abonnements,

Indépendamment de la détention d'une position dominante, certains de ces comportements pourraient être analysés sous l'angle de pratiques restrictives de concurrence ou au regard des règles du Code de la consommation.

Le droit commun de la concurrence peut bien entendu sanctionner *a posteriori* si nécessaire les abus que pourrait être amené à commettre un distributeur unique en position dominante. En outre, le CSA a de par la loi un pouvoir de règlement des litiges qui, s'ils révèlent des faits susceptibles de constituer des pratiques anticoncurrentielles, entraînent une saisine du Conseil de la concurrence par l'autorité sectorielle.

Pour autant, à titre préventif, la question se pose de savoir s'il faut, et comment, prévoir des garanties que le distributeur devrait apporter aux autres opérateurs, dans l'hypothèse où la distribution de la TNT serait assurée par un seul opérateur déjà présent et en position dominante sur le marché de la distribution de la télévision payante.

Dans cette hypothèse, on peut envisager une solution minimale, qui n'aurait cependant pas de valeur juridique absolue en cas de contentieux, telles que l'engagement du distributeur d'appliquer un code de bonne conduite ou une recommandation du CSA (article 1 de la loi du 30 septembre 1986 modifiée).

L'insertion des règles de ce code dans des accords contractuels entre les éditeurs et le distributeur pourrait également être étudiée, règles que le CSA serait ensuite chargé de faire respecter conformément à l'article 30-5 de la loi du 30 septembre 1986.

Ce code de bonne conduite devrait, au delà de la séparation complète juridique, financière, comptable et commerciale entre les fonctions d'éditeur et de distributeur, comprendre les garanties suivantes :

Le distributeur de la TNT devrait d'une manière générale veiller à rémunérer les chaînes sur la base de critères transparents, équitables, objectifs et non discriminatoires. Ces critères ne devraient pas reposer uniquement sur l'audience afin de ne pas pénaliser les nouveaux entrants éventuels.

Si le distributeur est lié à un éditeur de chaîne du fait de l'appartenance à un même groupe, il devra de surcroît mettre en œuvre une politique commerciale (composition et présentation de l'offre, prix, ventes d'espaces publicitaires) et promotionnelle totalement neutre par rapport aux chaînes qui lui serait lié même indirectement.

Si le distributeur unique est aussi en position dominante sur le marché de la distribution payante ou si l'accession à la distribution des chaînes payantes de la TNT le place, lui ou son groupe, dans cette position, il devrait apporter des garanties particulières supplémentaires, en plus de la rémunération des chaînes sur la base de critères transparents, équitables, objectifs et non discriminatoires.

Ces garanties particulières sont synthétisées en conclusion.

## 2. Un distributeur commun

Certains opérateurs évoquent la possibilité de mettre en place une structure commune aux éditeurs présents sur la TNT afin de commercialiser le bouquet de chaînes payantes selon deux modalités : soit l'entrée dans l'actionnariat de l'opérateur le plus à même de distribuer la TNT afin d'en contrôler l'activité dans le domaine de la distribution de la TNT, soit la création d'une structure ad hoc, une entreprise commune, contrôlée par les chaînes, ou un GIE.

Le degré d'autonomie d'une entreprise commune conditionne son analyse sous l'angle du droit des concentrations, nationales ou communautaires ou bien sous celui du droit des ententes.

Dans l'hypothèse d'une entreprise commune concentrative, il serait nécessaire de recueillir *a priori* l'aval des autorités de la concurrence ce qui conduirait à attendre quelques mois (cinq mois au maximum) confirmation de la viabilité juridique de cette opération. Cela risquerait donc de peser sur le calendrier de la TNT, voire de compromettre toute velléité de distribution en commun en cas de refus, risque qui compte tenu des opérations en cause, n'est pas à exclure au vu de la pratique décisionnelle de la Commission en matière de distribution de télévision numérique (affaires MSG Media Service en 1994 et Nordic Satellite Distribution en 1995).

Dans l'hypothèse où cette entreprise serait de nature coopérative, la mise en place d'un distributeur commun, auquel participeraient les principaux acteurs opérant sur le marché de la télévision payante, nécessiterait une notification de l'accord à la Commission européenne en vue d'obtenir une exemption au regard de l'article 81 du Traité sur l'Union européenne pour assurer la sécurité juridique du modèle retenu. Cet examen, bien qu'assez long, mais non suspensif, n'empêcherait cependant pas le démarrage de l'entreprise en cause.

Pour ce qui est du GIE, les autorités de la concurrence examinent généralement avec circonspection cette forme de coopération notamment au regard de son objet et d'éventuelles pratiques anticoncurrentielles qui pourraient en résulter. En tout état de cause, une notification à la Commission européenne serait aussi nécessaire pour la sécurité juridique du modèle.

Comme dans le scénario d'un distributeur unique, la question se pose également de savoir s'il faut prévoir des garanties que le distributeur devrait apporter aux autres opérateurs, dans l'hypothèse où les membres de l'entreprise commune ou du GIE seraient liés à un éditeur de chaîne.

Il appartiendrait alors aux autorités de concurrence de définir ces garanties qui comprendraient sans doute partie ou totalité des règles synthétisées en conclusion dans le code de bonne conduite.

### 3. Une pluralité de distributeurs.

Bien que le nombre de chaînes payantes soit limité, certains opérateurs considèrent que plusieurs distributeurs commerciaux de la TNT proposant l'ensemble de l'offre payante de la TNT pourraient co-exister et proposer aux clients des forfaits différenciés en fonction de leurs centres d'intérêts ou des offres couplées avec les chaînes du câble et du satellite. C'est ce qui se passe en Finlande où cohabitent huit distributeurs commerciaux de la TNT (un spécifique, HTV et des câblo-opérateurs).

Malgré les inconvénients inhérents à l'éclatement des offres (point II.A.b), certains pensent que le faible nombre de chaînes payantes commercialisables en TNT n'empêche pas de les partager en deux bouquets exclusifs, voire de commercialiser une seule chaîne indépendamment des autres. Sur le satellite, la commercialisation d'un bouquet de base et de chaînes premium coexiste. Certains évoquent même la possibilité pour les chaînes de s'auto-distribuer, sinon dès le départ, du moins dans un second temps, ce qui suppose un accès aux fichiers des abonnés.

Ainsi un scénario à deux opérateurs, par exemple, ayant déjà une expérience de la distribution de la télévision payante pourrait aussi être envisagé.

Ce scénario présente des similitudes avec celui du distributeur unique si l'un des distributeurs est en situation de position dominante.

Les règles figurant dans le code de conduite prévu pour le distributeur unique et synthétisé en conclusion pourraient alors s'appliquer à lui.

D'une manière générale, les principes de non discrimination et d'égalité de traitement devront être respectés quelle que soit la situation des distributeurs.

\* \* \*

Dans tous les cas de figure, afin de faciliter les relations entre les opérateurs, une fonction d'intermédiation et de conciliation pourrait être prévue de manière à évoquer les sujets de conflit pouvant survenir entre éditeurs, multiplexeurs et distributeurs lors de la négociation, de l'application et du renouvellement des contrats.

Enfin, pour aider à prévenir les difficultés qui pourraient survenir pendant la phase de démarrage de la TNT, il pourrait être envisagé de renforcer la coordination assurée par la Direction du développement des médias en mettant en place temporairement une instance interministérielle associant, en tant que de besoin, les professionnels, et chargée, en liaison avec le CSA, de coordonner les travaux des ministères concernés nécessaires au lancement du projet, et de suivre le projet jusqu'à ce qu'une couverture de la population suffisante et effective soit réalisée.

## CONCLUSION

Il résulte de l'analyse effectuée que la réussite de la TNT dans des délais de déploiement raisonnables (2003) suppose que les conditions suivantes, qui ne sont pas forcément exhaustives, soient cumulativement réunies :

- une offre équilibrée de programmes, gratuits et payants, attractifs et variés, par rapport à l'offre de la télévision analogique gratuite d'un côté et à l'offre du câble et du satellite de l'autre afin de compenser le petit nombre de chaînes offertes dans ce cadre (33 au total) par rapport à l'offre concurrente du câble et du satellite (200 chaînes environ).
- un accès facile et à un prix raisonnable pour le téléspectateur en termes de matériel (décodeurs, téléviseurs avec décodeurs intégrés, adaptation des antennes) tant pour l'accès des chaînes gratuites que de celui aux chaînes payantes (pour lesquelles il faudra rajouter le prix d'un abonnement à ajouter aux frais de décodeurs et d'antennes).
- une couverture du territoire progressive, pour permettre aux nouvelles chaînes gratuites et aux chaînes payantes d'atteindre dans un délai raisonnable un équilibre économique, mais suffisante pour apporter des recettes (en termes de publicité et en nombre d'abonnés) à l'ensemble des opérateurs de la filière et homogène au sein des zones couvertes.
- une politique de normalisation et de fabrication des matériels dans des délais compatibles avec le lancement et la montée en puissance de la TNT ainsi que de sécurisation des matériels pour limiter le piratage.
- une distribution dynamique et une politique de promotion des chaînes payantes de nature à susciter l'envie du téléspectateur suffisamment différenciée de celle des autres réseaux de diffusion, câble et satellite pour ne pas pénaliser ces derniers et pour bien montrer qu'il s'agit d'une offre complémentaire et d'une évolution technologique de la télévision.

S'agissant de la distribution, la mise en œuvre d'un code de bonne conduite paraît, dans tous les cas, s'imposer.

Dans l'hypothèse d'un distributeur unique ou d'un distributeur au moins dans une situation de position dominante, ce code devrait, au delà de la séparation complète juridique, financière, comptable et commerciale entre les fonctions d'éditeur et de distributeur, comprendre les garanties suivantes :

Le distributeur devrait d'une manière générale veiller à rémunérer les chaînes sur la base de critères transparents, équitables, objectifs et non discriminatoires. Ces critères ne devraient pas reposer uniquement sur l'audience afin de ne pas pénaliser les nouveaux entrants éventuels.

Si le distributeur est lié à un éditeur de chaîne du fait de l'appartenance à un même groupe, il devrait de surcroît mettre en œuvre une politique commerciale (composition et présentation de l'offre, prix, ventes d'espaces publicitaires) et promotionnelle totalement neutre par rapport aux chaînes qui lui serait lié même indirectement.

Le distributeur devrait en outre, pendant l'exécution du contrat, respecter les règles suivantes :

- 1. Prévoir un ordre d'affichage ou de présentation des chaînes au consommateur qui ne mette pas en avant les chaînes qui seraient lui liées directement ou indirectement ou qu'il distribuerait par ailleurs, et qui puisse être modifié facilement par le téléspectateur selon ses centres d'intérêt. Assurer la neutralité du guide programmes.
- 2. Promouvoir les chaînes de la TNT de façon équitable et non discriminatoire.
- 3. Assurer l'égalité de traitement dans la commercialisation des offres payantes.

- 4. Ne pas imposer aux éditeurs l'alignement de leur rémunération sur celles qu'ils obtiennent du câble et du satellite (clause de la nation la plus favorisée).
- 5. Ne pas coupler la vente de l'offre payante de la TNT avec un bouquet payant d'un autre mode de diffusion qu'il distribuerait également, à un prix inférieur à la somme des deux abonnements, et s'interdire toute utilisation du fichier des abonnés de la TNT pour ces autres modes de diffusion.
- 6. Ne pas insérer dans les contrats passés avec les éditeurs des clauses d'exclusivité qui empêcheraient ces derniers d'être également distribués par d'autres modes de diffusion ou par d'autres distributeurs à venir de la TNT au-delà du délai initial de cinq ans.
- 7. Permettre aux éditeurs d'obtenir, contre remboursement des frais engagés, l'envoi de correspondances publicitaires ou promotionnelles aux abonnés, sans droit pour ceux-ci d'accéder au fichier ou de le reconstituer.
- 8. Ne pas rompre abusivement les contrats de distribution avant l'échéance de l'autorisation d'émettre.
- 9. Mettre à la disposition du téléspectateur des décodeurs interopérables et lui garantir une initialisation réelle à partir du moment où le téléspectateur se situe dans une zone couverte.
- 10. Fixer des prix de vente au consommateur qui ne le dissuadent pas de s'abonner et à un niveau qui ne favorise pas ce distributeur par ailleurs distributeur sur d'autres segments de la télévision payante.

L'insertion des règles de ce code dans des accords contractuels entre éditeurs et distributeurs pourrait être étudiée, règles que le CSA serait ensuite chargé de faire respecter conformément à l'article 30-5 de la loi du 30 septembre 1986. Une autre solution plus draconienne mais pas indispensable, telle que la modification de la loi qui donnerait par exemple au CSA le pouvoir de sélectionner les distributeurs de la TNT sur la base de critères de nature à rendre le schéma de distribution envisagé compatible avec le droit de la concurrence ne serait en revanche pas compatible avec un calendrier ambitieux de déploiement de la TNT.

Enfin, comme dans la plupart des pays où la TNT a été lancée, il serait souhaitable que les Pouvoirs publics annoncent une date d'expiration de la diffusion analogique. Une telle annonce faite à l'occasion de la remise du rapport au Parlement pourrait affirmer le caractère irréversible de la décision de développer la TNT.

## ANNEXE 1

### LE DISPOSITIF LEGISLATIF

La loi n° 2000-719 du 1<sup>er</sup> août 2000 modifiant la loi du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication) pose certaines définitions, précise le rôle du CSA dans le domaine de la TNT et rappelle un certain nombre de principes :

- Les définitions

- l'éditeur de service : toute personne morale, société ou association qui édite un service de télévision composé des éléments de programmes qu'elle a produits, coproduits ou achetés, mis à la disposition du public à titre gratuit ou payant.

- le distributeur de services (article 2-1 de la loi) : toute société distincte des éditeurs de services qui passe un contrat avec des éditeurs de services afin de proposer une offre de services de communication audiovisuelle ou qui conclut un contrat avec d'autres distributeurs pour constituer une offre de services.

La loi distingue deux catégories de distributeurs, les opérateurs de multiplex (article 30-2-I de la loi) et le distributeur commercial (article 30-2-IV). L'opérateur de multiplex est décrit comme toute société, distincte des éditeurs de services, qui assemble les signaux. En revanche, le distributeur commercial ne fait l'objet d'aucune précision complémentaire. Les textes restent donc flous sur les modalités pratiques de cette distribution.

- Le rôle du CSA

Le CSA exerce le contrôle des dispositions anti-concentration pour l'ensemble des services de radiodiffusion, y compris pour la TNT, afin de garantir le pluralisme d'expression.

Les articles 30-1 et 30-2 confient au CSA le soin d'attribuer les fréquences dans le respect de deux contraintes : l'attribution prioritaire de capacités pour le secteur public et le lancement d'un appel de candidatures pour l'attribution des autres canaux, sur la base d'un dossier de candidature précisant leur offre et après audition publique et en vue de la signature de conventions. Le CSA lancera ultérieurement un appel de candidatures pour les services locaux.

En ce qui concerne le distributeur technique, le CSA examine le dossier technique et financier que présentera l'opérateur de multiplex chargé de faire assurer les opérations techniques.

Le CSA autorise cet opérateur et lui assigne la ressource radioélectrique nécessaire. En cas de refus du CSA, les éditeurs disposent d'un nouveau délai de deux mois pour proposer un nouvel opérateur.

L'opérateur du multiplex est présenté conjointement par les éditeurs partageant une même fréquence. A défaut d'accord entre les éditeurs sur le choix de cet opérateur, le CSA lance un nouvel appel à candidature.

Le CSA reçoit la déclaration du distributeur commercial proposé par les éditeurs lors du dépôt de leur candidature.

- Les conditions de sélection des différents opérateurs : un certain nombre de principes conformes au droit de la concurrence sont affirmés dans la loi

Pour les éditeurs de services, la sélection se fera selon des critères (art. 29 et 30) permettant d'assurer le pluralisme d'expression, mais aussi la diversification des opérateurs et la nécessité d'éviter les abus de position dominante ainsi que les pratiques entravant le libre exercice de la concurrence.

En ce qui concerne les opérateurs de multiplex, les autorisations délivrées par le CSA comporteront les éléments permettant d'assurer «les conditions équitables, raisonnables et non discriminatoires de l'utilisation de la ressource radioélectrique par les éditeurs de services autorisés».

Pour les distributeurs commerciaux, la société distincte des éditeurs doit déclarer la composition et la structure de l'offre de services, la composition du capital, ainsi que tout accord de commercialisation du système d'accès sous condition.

## ANNEXE 2

### LE DISPOSITIF REGLEMENTAIRE

Les décrets d'application de la loi ont été publiés en plusieurs phases, en juillet, en décembre 2001 et en janvier 2002.

- *Le décret n° 2001-609 du 9 juillet 2001 relatif à la contribution des éditeurs de services de télévision diffusés par voie hertzienne terrestre en mode analogique au développement de la production d'œuvres cinématographiques et audiovisuelles modifié par le décret n°2001-1329 du 28 décembre 2001 :*

Ce décret fixe les obligations de production des chaînes analogiques en clair (publiques et privées) qui diffusent moins de 52 films par an. Ces chaînes doivent, chaque année, consacrer au moins 3,2% de leur chiffre d'affaires annuel net de l'exercice précédent à des dépenses contribuant au développement de la production d'œuvres cinématographiques européennes (dont au moins  $\frac{3}{4}$  à la production indépendante). La part de cette obligation de 3,2 % doit représenter au moins 2,5 % pour les œuvres d'expression originale française. Ces dépenses sont constituées par l'achat de droits, l'investissement en parts producteur ou des versements à un fonds participant à la distribution en salles.

Ce décret fixe également la part de contribution à la production d'œuvres audiovisuelles (16 % du chiffre d'affaires annuel net de l'exercice précédent, contre 15 % aujourd'hui), dont les  $\frac{2}{3}$  consacrés à la production indépendante, en élargissant la notion de dépenses à l'achat de droits de diffusion et de rediffusion mais aussi aux travaux d'écriture.

- *Le décret n° 2001-610 du 9 juillet 2001 modifiant le décret du 1er septembre 1992 relatif au régime applicable aux différentes catégories de services de radiodiffusion sonore et de télévision distribués par câble ou diffusés par satellite :*

Ce décret a notamment pour objet d'étendre le régime du câble au satellite et de transposer les dispositions de la directive télévision sans frontière notamment pour ce qui concerne les chaînes relevant de la compétence d'un autre État membre de l'Union européenne et les émissions de télé-achat.

- *Le décret n°2001-1330 du 28 décembre 2001 fixant les principes généraux concernant la diffusion des œuvres cinématographiques et audiovisuelles :*

Ce décret définit les catégories de services de cinéma, de première diffusion, de patrimoine cinématographique, de patrimoine audiovisuel et les services de paiement à la séance en indiquant les proportions minimales de diffusions et de rediffusions d'œuvres européennes et d'expression originale française. Il détermine également les heures de grande écoute et le nombre maximal de diffusions annuelles des œuvres.

- *Le décret n° 2001-1331 du 28 décembre 2001 fixant les principes généraux concernant le régime applicable à la publicité et au parrainage :*

Il détermine notamment le temps maximal consacré à la diffusion de messages publicitaires selon le support de diffusion : six minutes par heure en moyenne quotidienne sans excéder douze minutes par heure pour les services diffusés par voie hertzienne terrestre ; neuf minutes en moyenne sans excéder douze minutes par heure pour les diffusions sur le câble ou le satellite. Ces durées peuvent être supérieures pour les éditeurs de services d'information communale ou locale.

- *Le décret n°2001-1332 du 28 décembre 2001 relatif à la contribution des éditeurs de services de télévision diffusés par voie hertzienne en mode analogique dont le financement fait appel à une rémunération de la part des usagers au développement de la production d'œuvres cinématographiques et audiovisuelles :*

Ce décret précise le mode de calcul de l'assiette des contributions au développement de la production cinématographique et audiovisuelle notamment de Canal +. Les éditeurs visés par le décret doivent consacrer au moins 20 % de leurs ressources totales à l'acquisition de droits de diffusion d'œuvres cinématographiques dont au moins 12 % à des œuvres européennes et 9 % à des œuvres d'expression originale française. Au moins  $\frac{3}{4}$  des dépenses doivent être consacrés à la production indépendante. Le décret limite à 12 mois la durée en première exclusivité des droits de diffusion d'œuvres cinématographiques d'expression française. S'agissant des œuvres audiovisuelles, les éditeurs doivent consacrer au moins 4,5 % de leurs ressources annuelles à la production d'œuvres européennes ou d'expression originale française. Au moins  $\frac{2}{3}$  des dépenses doivent être consacrés à la production indépendante.

- *Le décret n°2001-1333 du 28 décembre fixant les principes généraux concernant la diffusion de services autres que radiophoniques par voie hertzienne terrestre en mode numérique :*

Ce décret détermine le régime des services diffusés en clair, en crypté et les règles de publicité. En matière cinématographique, les éditeurs en clair doivent consacrer 3,2 % de leur chiffre d'affaires à la production d'œuvres cinématographiques d'expression européenne dont 2,5 % au moins à des œuvres d'expression française. Au moins  $\frac{3}{4}$  des dépenses en préachats ou en parts de producteur sont consacrés au développement de la production indépendante. En matière audiovisuelle ils devront consacrer 16 % de leur chiffre d'affaires à des dépenses contribuant au développement d'œuvres d'expression française et diffuser au moins 120 heures d'œuvres européennes ou d'expression française. Pour les chaînes cryptées, les chaînes cinéma doivent consacrer au moins 21 % de leurs ressources totales annuelles à l'achat de droits d'œuvres cinématographiques européennes dont 17 % au moins à des œuvres d'expression française. Ces proportions sont portées à 26 % et 22 % pour les chaînes de cinéma de première diffusion. Au moins les  $\frac{3}{4}$  sont consacrés à la production indépendante. La limitation de la durée de l'exclusivité des films est de 12 mois. En matière audiovisuelle, les obligations de financement sont à hauteur de 6 % de leur ressources pour les chaînes qui consacrent plus de 20 % de leur temps de diffusion à des œuvres audiovisuelles.

Les obligations font l'objet d'un régime de montée en charge progressive : les chaînes diffusées en clair et les chaînes payantes pourront atteindre leurs obligations dans un délai ne pouvant excéder 7 ans. Le rythme intermédiaire sera fixé chaque année en fonction de la montée en charge de la TNT. Des seuils sont fixés selon la taille et l'ancienneté de la chaîne.

Le temps consacré à la publicité est porté de six minutes par heure d'antenne en moyenne quotidienne pour les chaînes analogiques à neuf pour les chaînes numériques.

- *Le décret n°2002-125 du 31 janvier 2002 modifiant le décret n°92-881 du 1<sup>er</sup> septembre 1992 pris pour l'application de l'article 34 de la loi du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication et concernant l'autorisation d'exploitation des réseaux distribuant des services de radiodiffusion sonore et de télévision par câble.*

Ce texte précise les chaînes de télévision hertzienne que les câblo-opérateurs sont dans l'obligation de diffuser dont les chaînes de la TNT (dite obligation de « must carry »). Les réseaux câblés sont en effet soumis à une obligation de reprise du signal des chaînes hertziennes normalement reçues dans leur zone.

\*

L'ensemble du corpus législatif et réglementaire applicable à la TNT est complexe et particulièrement détaillé s'agissant de la production et la diffusion des programmes. Les obligations reposent essentiellement sur les éditeurs de chaînes et s'expriment en part de chiffre d'affaires aux fins de contribution à la production cinématographique et audiovisuelle notamment indépendante. Il est particulièrement silencieux sur les aspects liés à la distribution, notamment la distribution commerciale des programmes.

### ANNEXE 3

#### **LES ENTREPRISES COMMUNES : LA PRATIQUE DECISIONNELLE DE LA COMMISSION EUROPEENNE**

La nature du contrôle et le degré de d'autonomie d'une entreprise commune conditionnent son analyse sous l'angle du droit des concentrations ou sous celui du droit des ententes. Mais quoi qu'il en soit, les restrictions de concurrence admissibles, en cas d'autorisation s'il s'agit d'une concentration, ou d'exemption s'il s'agit de mettre en place une structure de nature coopérative, que pourrait admettre la Commission seraient les mêmes.

#### **I/ Si cette entreprise est de nature concentrative :**

Les critères traditionnels du caractère concentratif d'une entreprise commune en droit communautaire sont la création d'une entité, sous contrôle conjoint, de "plein exercice", c'est-à-dire "accomplissant de manière durable de toutes les fonctions d'une entité économique autonome", et qui n'a pas pour conséquence directe de conduire à la coordination du comportement concurrentiel des sociétés-mères, qui doivent rester indépendantes ; si la création d'une entreprise commune de plein exercice a pour objet ou effet de conduire à la coordination du comportement concurrentiel des entreprises mères qui restent indépendantes (on peut se coordonner tout en restant indépendant), l'appréciation de cette coordination (et de cette coordination seulement) sera menée dans le cadre de la procédure de contrôle de la concentration, mais en appliquant les critères de l'article 81, paragraphes 1 et 3 du Traité.

La Commission européenne a déjà eu l'occasion de se prononcer sur des opérations de concentrations concernant de près ou de loin le secteur de la télévision, payante ou gratuite. Une opération consistant par exemple à créer une entreprise commune contrôlée conjointement par les acteurs déjà présents dans le domaine de la télévision serait en effet de dimension communautaire. Il faut noter que la France a la possibilité de demander le renvoi de l'opération afin de l'examiner selon le droit national. Cet examen pourrait conduire le Ministre à solliciter l'avis du Conseil de la concurrence et du CSA avant de prendre une décision. Mais la Commission n'a jamais à ce jour accepté un tel renvoi dans le secteur des médias (refus de renvoi dans les affaires M.IV/469 MSG Media Service et M.IV/993 Bertelsmann Kirsch Première).

La Commission a déjà défini dans sa pratique un marché pertinent de la télévision payante, sans aller jusqu'à distinguer les différents vecteurs de transmission, notamment le câble et le satellite. C'est sur cette base qu'il convient donc de raisonner dans le cas présent.

Les trois décisions concernant directement la télévision numérique, susceptibles d'être riches d'enseignements sont des décisions d'interdiction, à l'issue d'une phase d'examen de près de 6 mois :

- affaire M.IV/469 MSG Media Service en 1994 : la Commission interdit la création d'une entreprise commune (MSG) de services techniques de télévision (gestion technique, commerciale et administrative de télévision payante, gestion du contrôle d'accès et des abonnements) entre Bertelsmann (groupe multimedia), Kirsch (éditeur de chaînes) et Telekom (opérateur de télécommunications) dans le secteur de la télévision numérique notamment.
- affaire M.IV/490 Nordic Satellite Distribution en 1995 : la Commission a également interdit la création d'une entreprise commune (NSD) entre Telenor (le premier cablo-opérateur norvégien), Teledanmark (le premier cablo-opérateur danois) et Kinnevik (le principal fournisseur de programmes de télévision diffusés par satellite) destinée à fournir des services de télévision par satellite.
- affaires liées M.IV/993 et M.IV1027 Bertelsman/Kirsch/Première et Deutsche Telekom/BetaResearch en 1998 : la Commission a interdit les opérations de concentrations envisagées, qui ne visaient pas à la création d'entreprises communes, afin notamment d'éviter la fermeture de marchés émergents dans le secteur des services de télévision numérique pour d'autres fournisseurs de télévision payante.

Selon le raisonnement de la Commission, les concentrations entre diffuseurs et propriétaires d'infrastructures ou opérateurs de télécommunications aboutissent à la fermeture des marchés à travers l'intégration verticale des principaux fournisseurs de télévision payante et des principaux opérateurs de télécommunications, ces opérateurs apparaissant dès lors comme en position de gardien sur le marché de la télévision payante. Dans l'affaire MSG Media Service, l'absence de concurrents potentiels sur le marché considéré amène la Commission à conclure à l'existence d'un monopole durable dès la phase de démarrage du marché de la télévision numérique. Dans l'autre projet d'entreprise commune, la Commission a fondé son analyse sur la présence de barrières à l'entrée et notamment sur les coûts élevés d'entrée. Selon elle, la contribution au progrès technique et économique est loin selon de compenser les effets négatifs de l'entrave à la concurrence.

A noter que la Commission a jugé insuffisants les engagements de nature comportementale des parties dans ces opérations. Dans MSG Media Service, les parties s'engageaient à ne pas se comporter de la façon suivante : pas de restriction d'utilisation lors de la vente et la location de décodeurs, pas de divulgation aux sociétés mères d'informations liées aux programmes et aux abonnés d'autres diffuseurs, pas de système de guidage électronique des usagers vers certains programmes. Elles souhaitaient la création d'un conseil consultatif chargé de contrôler la neutralité du guide électronique des programmes, un système de prix transparents conformes au marché et exigeant en particulier une rémunération égale pour un service égal.

Néanmoins, la Commission a indiqué dans ses rapports d'activité à plusieurs reprises à la suite de ces interdictions, qu'elle ne souhaitait pas décourager la création de telles entreprises dans le secteur des médias, notamment lorsque la neutralité et l'ouverture de l'actionariat sont garanties et sous réserve qu'elles ne créent ni ne renforcent des positions dominantes.

## **II/ Si cette entreprise est de nature coopérative :**

En droit français il n'existe pas de notification préalable des accords passés entre concurrents sur un marché. La légalité de tels accords au regard du droit de la concurrence s'apprécie ex post, c'est à dire dans le cadre de contentieux. Toutefois, la mise en place d'un distributeur unique, auquel participeraient les principaux acteurs opérants sur le marché de la télévision payante, nécessiterait une notification de l'accord à la Commission européenne en vue d'obtenir une exemption au regard de l'article 81 du Traité pour assurer la sécurité juridique du modèle retenu et le protéger de recours des tiers. A noter, que même en cas d'exemption accordée par la Commission, la sécurité juridique ne serait certaine que si aucun recours n'était intenté contre la décision de la Commission devant le tribunal de première instance, puis éventuellement la Cour de justice de la communauté européenne.

Il est possible, au regard de la réglementation sur la concurrence et de la pratique de la Commission, d'essayer de cerner dans quelles conditions la mise en place d'une structure de distribution entre les principaux acteurs du marché de la télévision payante pourrait être admissible au regard des règles de concurrence communautaires.

### **- Examen d'un accord de commercialisation au regard du règlement CE N° 2659/2000**

On indiquera tout d'abord qu'un tel accord ne relèverait a priori pas des accords de commercialisation susceptibles d'être exemptés de facto par le règlement CE N° 2659/2000 de la Commission concernant l'application de l'article 81§3 du traité à des accords de recherche et de développement et qui couvre dans certaines conditions les accords de commercialisation.

Les lignes directrices relatives à l'application de ce règlement définissent les types d'accords de coopération entre concurrents pour la vente, la distribution ou la promotion de leurs produits et explicitent les conditions pour que de tels accords soient exemptés par le règlement. : s'il s'agit d'un accord de commercialisation impliquant notamment une coordination de l'offre en termes de prix et la mise en place d'une offre commerciale commune, il est clair que cet accord tombera sous le coup de l'article 81§1 du traité et que de ce seul fait, il ne peut automatiquement bénéficier d'une exemption d'office, d'autant plus que la part de marché cumulée des entreprises parties à l'accord dépasserait largement le seuil d'exemption prévu par le règlement général à savoir 25% (le marché à prendre en compte étant a priori celui de la télévision payante et/ou celui de la distribution de la télévision payante).

- Examen au regard de la pratique de la Commission en matière d'exemption individuelle :

Plusieurs décisions de la Commission renseignent sur la démarche qu'elle adopterait et sur ce qu'elle jugerait admissible, compte tenu de l'affectation des marchés susceptibles d'être concernés par la mise en place d'une telle structure, ainsi qu'elle l'avait fait dans l'affaire TPS en 1999.

➤ - *La Commission déterminera d'abord le marché pertinent.*

Il n'y a pas en première analyse de raison pour que la Commission s'écarte de la définition des marchés pertinents traditionnellement retenus par les autorités de concurrence tant nationales que communautaires dans le secteur de la télévision (cf. décision de la Cour d'appel de Paris du 15 juin 1999, décision de la Commission européenne du 9 novembre 1994 MSG Média Service et du 15 septembre 1999 British Interactive Broadcasting Open par exemple). Sont ainsi traditionnellement distingués les marchés suivants :

- le marché de la télévision gratuite
- le marché de la télévision à péage
- le marché des services administratifs et techniques offerts aux diffuseurs des programmes de télévision payante : ce marché peut englober un certain nombre de services qui vont du cryptage des émissions de programmes, à la gestion des abonnements en passant par la fourniture (vente ou location) des décodeurs jusqu'à la gestion des services interactifs
- les marchés liés à l'achat de programmes de télévision et aux droits de retransmission

S'agissant du marché de la télévision payante, la Commission n'est pas aller jusqu'à distinguer les différents vecteurs de transmission, notamment le câble et le satellite.

Ainsi dans sa décision du 3 mars 1999 relative à une demande d'exemption de TPS, la Commission a considéré qu'il n'y avait pas lieu « pour le moment » d'effectuer une distinction entre un marché éventuel du câble et du satellite, car, dans les zones câblées, la télévision à péage par câble était généralement pour le consommateur un substitut à la télévision à péage par satellite. Elle considère également qu'il n'y a pas lieu d'opérer une distinction sur le marché de la télévision à péage, selon que la diffusion est analogique ou numérique, la télévision à péage numérique ne constituant qu'un développement technologique de la télévision à péage analogique.

Au niveau national, le Conseil de la concurrence, dans son avis 00-A-04 du 29 février 2000 relatif à l'acquisition par la société Vivendi de la participation de 15% détenue par le groupe Rlichemont dans la société Canal Plus, n'a pas davantage été plus avant dans la segmentation du marché de la télévision à péage en fonction des modes de diffusion.

➤ *La Commission s'attachera ensuite à détecter les restrictions de concurrence contenues dans l'accord et à en analyser les effets sur la concurrence dans les marchés susceptibles d'être affectés, en fonction notamment de leur structure (degré de concentration, liens entre les différents intervenants dans la filière) et de leur situation économique. Elle recherchera notamment :*

- S'il existe ou non des barrières à l'entrée sur les marchés en cause.
- Si l'accord crée ou renforce une position dominante, individuelle ou collective, voire un monopole sur le marché principal ou les marchés connexes
- Si les participants à l'accord sont en mesure de contrôler l'accès des marchés en cause par une fermeture de l'accès à la structure commune par exemple.
- S'il existe ou non des clauses d'exclusivité dans les contrats passés entre les distributeurs et les diffuseurs, les diffuseurs et les producteurs.
- S'il existe des clauses de l'accord relatives aux prix et aux conditions commerciales de production ou de distribution des produits ou services concernés par l'accord.
- Si la durée de l'accord ou des clauses d'exclusivité n'est pas excessive au regard de l'objectif souhaité par les partenaires.

➤ *La Commission examinera, comme elle l'avait fait notamment dans l'affaire TPS et enfin si les restrictions de concurrence contenues dans l'accord sont nécessaires en termes de progrès technique*

*et économique et si elles sont de nature à fermer l'accès au marché à des concurrents existants ou potentiels.*

### **III/ Application au cas de la TNT.**

A priori, l'examen par la Commission d'une entreprise commune, concentrative ou coopérative, chargée de la distribution de la TNT serait effectué à partir de la grille d'analyse exposée ci-dessus. En première analyse, le marché pertinent principal serait celui de la distribution de la télévision payante. Il serait de dimension nationale. Aucun élément ne permet de considérer à ce jour que la Commission retienne un marché de la TNT distinct de celui de celui de la télévision payante et donc un marché de la distribution de la TNT. Qu'elle soit de nature concentrative ou coopérative, et au vu de la composition vraisemblable d'une telle entreprise commune réunissant les principaux acteurs des marchés de la télévision sur lesquels ils sont concurrents, l'examen au regard du droit communautaire de la concurrence serait long et complexe. Les risques de coordination entre les fondateurs de l'entreprise commune, les risques liés à l'intégration verticale amèneraient inévitablement la Commission à exiger des garanties.

## ANNEXE 4

### **LISTE DES PERSONNES CONSULTÉES**

- M. Jean d'Arthuys, membre du directoire, M6 \*<sup>1</sup>
- M. Olivier de Baillenx, directeur délégué aux affaires extérieures, NOOS \*
- M. Simon Barry, délégué au développement et à la société de l'information-Ministère de la Culture, Direction du Développement des Médias \*
- M. Dominique Baudis, Président, Conseil Supérieur de l'Audiovisuel
- M. Francis Beck, membre du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel \*
- M. Claude Berda, Président, AB Productions \*
- M. Philippe Besnier, PDG, UPC France
- M. Hervé Blandin, PDG, UDECAM
- Mme Danièle Blangille, déléguée générale AFORM\*
- M. Vincent Bolloré, PDG, Bolloré Médias
- M. Yves Bouget, PDG, HF Company \*
- M. Philippe Bouriez, PDG, CORA
- Mme Frederique Bredin, Directeur du développement et de la stratégie, groupe Lagardère Médias \*
- Mme Nathalie Brion, membre du Directoire, ESL & Network\*
- M. Michel-Bernard Brossard, Directeur Général, Philips\*
- M. Philippe Chazal, Président, Accès
- M. Bruno Chetaille, Président, TDF\*
- M. Jérôme Clément, Président, Arte, La Cinquième\*
- M. Bernard Cottin, Président, Numéricable
- M. Jean-Michel Counillon, Secrétaire général, TF1 \*
- M. Stéphane Courbit, Président, Endemol
- Mme Sophie Coutor, responsable collectivités locales et institutionnels, NC Numéricâble \*
- M. Christian Couvreur, PDG, Casino
- M. Michel Crépon, Directeur Général adjoint, Pathé \*
- M. Guillaume de Guerre, Secrétaire général, TPS \*
- M. Jacques Espinasse, Directeur général, TPS \*
- Mme Corinne Fabre, Président, ESL & Network\*
- M. Marc-André Feffer, Vice-président, Canal Plus \*
- M. Gilles Ferenzi, juriste, NTL \*
- M. Emmanuel Florent, PDG, TPS \*
- M. Stéphane France, Directeur du projet numérique terrestre, Canal Plus \*

---

<sup>1</sup> \* Personnalités auditionnées

- M. Jean-Paul Giraud, PDG, FNAC
- M. Gronier, Délégué général, Accès \*
- M. François Guichard, Directeur général, NOOS \*
- M. François Guilbaud, 3 Wave \*
- M. Richard Guillorel, Président, SIMAVELEC
- M. Jean-Paul Guillot, PDG, BIPE
- M. Joseph Haddad, PDG, Netgem \*
- M. Bernard Heger, Simavelec\*
- M. Emmanuel Hoog, Président, INA
- M. François Hurard, Directeur du cinéma, CNC \*
- M. Jean-Claude Jaunait, PDG, Système U
- M. Rafi Kouyoumdjan, PDG, Tiscali France
- M. Jean Labe, Président, BLIC
- M. Marc Lacan, Vice-président du développement, Pathé \*
- M. Philippe Laco, Président, Disney Channel
- M. Arnaud Lagardère, PDG, Groupe Lagardère
- M. Martin Lahonde, Emettel
- M. Dominique Lancrenon, PDG, MFS Communication
- M. Yvon Le Bars, membre du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel \*
- M. Alain Le Calvé, adjoint au délégué général, chargé des questions techniques, Simavelec \*
- M. Patrick Le Lay, PDG, TF1 \*
- M. Michel-Edouard Leclerc, Président, Leclerc
- M. Lecorvec, Président, Philips \*
- M. Gérard Lefèbvre, Président, AFORM
- M. Pascal Lefort, BIPE \*
- M. Patrick Leleu, Président, Noos
- M. Vincent Letang, BIPE \*
- M. Maxime Lombardini, Directeur du développement, TF1 \*
- M. Jean-Bernard Magescas, HF Company \*
- M. Pascal Marlier, BIPE \*
- Mme Marie Masmonteil, Présidente, Syndicat des Producteurs Indépendants
- M. Hervé Mathieu, general manager Philips\*
- M. Jean-Marie Messier, Président, Vivendi Universal
- M. Gérard Mestrallet, Président, Suez
- M. Jean-Pierre Meunier, PDG, ITM Entreprises
- M. Thomas Middlhoff, Président, Bertelsmann Ab
- M. Thierry Mileo, PDG, Firstmark
- M. Alain Modot, Directeur affaires européennes, International Media Consultants Associés \*

- M. Etienne Mougeotte, Président, LCI
- M. Gérard Mulliez, PDG, Auchan
- Mme Dominique Niel, Directeur, TDF \*
- M. Claude Olier, PDG, Colt Télécommunications
- M. Denis Olivennes, Directeur Général, Canal+ Group \*
- Mme Christine Palluel, Déléguée cinéma, Syndicat des Producteurs Indépendants \*
- Mme Isabelle Parize, PDG, Canal Satellite
- M. Christian Phéline, Directeur, Ministère de la Culture, Direction du Développement des Médias
- M. Patrick Pinochet, PDG, France Télécom Câble
- M. Geoffroy Pinoncely, Président, UDA
- M. Jacques Planchot, PDG, Darty
- M. Christophe Pochart, PDG, Câble et Wireless
- M. Marc Rennard, Directeur Général adjoint, TDF \*
- M. Michel Rey, Directeur adjoint, M6 \*
- M. Pascal Rogard, Délégué Général, ARP \*
- M. Jacques Roques, Président, Towercast
- M. Rozanes et M. Jean-Henri Roger, Présidents, Bloc
- M. René Russo, Vice-Président, Bouygues Télécom
- M. Léon Salto, DG, Carrefour France
- M. Marc-Olivier Sebbag, Délégué télévision, Syndicat des Producteurs Indépendants\*
- M. Gregory Samak, Directeur de cabinet, groupe AB \*
- M. Jérôme Seydoux, PDG, Pathé \*
- Mme Anne Sinclair, NETGEM \*
- Mme Catherine Smadja, Department for Culture, Media and Sport, Royaume-Uni \*
- M. Nicolas de Tavernost, Directeur Général, M6
- M. Marc Tessier, PDG, France-Télévision \*
- M. Jean-Christophe Thiery, Directeur Général, Bolloré Medias\*
- M. Bruno Thibaudeau, Directeur Général, Multithématiques
- M. Bernard Tourraine, Directeur Général, NTL France
- M. Stéphane Tréppoz, PDG, AOL
- M. Jacques Veyrat, Directeur Général, Louis Dreyfus Communication
- M. Paul Hervé Vintrou, International Media Consultants Associés
- M. Philippe Vuillaume, Directeur Général, BT Broadcast Services

## ANNEXE 5

### **LES TRAVAUX D'INFRASTRUCTURES NECESSAIRES AU LANCEMENT DE LA TNT**

Le déploiement progressif de la TNT sur l'ensemble du territoire passe par une adaptation et un aménagement des sites des émetteurs hertziens appartenant à TDF et diffusant actuellement la télévision analogique de terre ou par la construction de nouveaux sites, par TDF ou par d'autres opérateurs de diffusion. La loi du 1<sup>er</sup> août 2000 a en effet mis fin au monopole de TDF pour les prestations de diffusion liées à la TNT. Dans la première phase de lancement de la TNT, le choix par le CSA de 29 sites appartenant à TDF apparaît néanmoins comme la solution la plus logique en termes économiques et compte tenu des contraintes environnementales. S'agissant pour beaucoup de points hauts qui n'ont pas d'équivalents, la construction de nouveaux sites dans un délai rapide n'est pas envisageable. TDF et les nouveaux opérateurs doivent prendre part ensemble à cette phase de lancement.

Les sites de TDF comprennent plusieurs éléments : un terrain, un local où est reçu le signal TV et installé l'émetteur, un pylône et des systèmes aériens (*feeder* et antenne). Le tout est alimenté en énergie, exploité et maintenu par des interventions régulières.

La diffusion d'un signal TV depuis un site consiste à prendre en charge ce signal issu du transport depuis la tête de réseau, à le moduler/amplifier à partir d'un émetteur, puis à émettre via une antenne située sur un pylône ou une tour hertzienne. Lorsque l'antenne d'émission est partagée entre plusieurs services (analogiques et/ou numériques), les différentes composantes à diffuser sont assemblées via un multiplexeur radiofréquences, puis transmises vers l'antenne au moyen d'un *feeder*.

Pour qu'un site puisse diffuser de la TNT, plusieurs types de travaux doivent être effectués, les deux premiers étant les plus importants :

- l'installation des multiplexeurs de radiofréquences
- le renouvellement ou l'adaptation des antennes placées sur les pylônes pour supporter plus de puissance ou élargir la bande passante, pour les mettre à la norme numérique en vigueur DVB-T ; il apparaît que 50% des sites devraient être équipés de nouvelles antennes
- le remplacement ou le renforcement des pylônes dans certains cas inadaptés à la charge supplémentaire devant être accueillie
- l'adaptation ou l'extension des sites et des bâtiments actuels pour accueillir les nouveaux émetteurs (ceux de TDF ou ceux d'opérateurs alternatifs) et les têtes de réseau, voire l'aménagement de nouveaux sites
- Le re-dimensionnement de l'énergie nécessaire à cette nouvelle technologie (distribution, secours...)

Une couverture de 50% de la population au démarrage de la TNT suppose l'équipement ad hoc des 29 désignés par le CSA. A l'heure actuelle, TDF a anticipé les travaux sur six sites seulement ; un délai de 12 à 18 mois est nécessaire pour équiper ou aménager les autres sites permettant d'assurer cette couverture minimale de 50% de la population, correspondant aux grandes villes françaises. Pour couvrir environ 80% de la population, TDF a indiqué devoir retenir 110 sites au total, dont l'aménagement a été planifié par tranches jusqu'en mars 2003.

TDF est prêt à accueillir sur ses sites d'autres opérateurs de transport de données numériques de télévision en leur fournissant un local dans un de ses bâtiments, un emplacement sur un pylône existant, un passage pour les liaisons télécoms, un emplacement pour l'accueil d'un groupe électrogène et pour celui d'aérothermes et propose également à ces opérateurs une offre de maintenance des installations partagées. Ces modalités d'accueil font actuellement l'objet de discussions.

## ANNEXE 6

### LE CALENDRIER

Calendrier initial	Étapes	État d'avancement	Observations
1 <sup>er</sup> août 2000	Vote de la loi	7 décrets publiés	Le dernier décret est paru le 31 janvier 2002
Fin juin 2001	Désignation des 29 sites de diffusion par le CSA	Liste des sites publiée par le CSA	
Fin juillet 2001	Appel à candidatures	Lancé le 24 juillet 2001	
Fin novembre 2001	Dépôt des candidatures des éditeurs avec indication du choix des distributeurs de services qui sont assujettis à une simple déclaration auprès du CSA.	Report de l'ordre de trois mois: 22 mars 2002	Raison invoquée : retard de la publication des décrets : 45 jours après (fin janvier 2002)
Avril 2002	Examen des candidatures par le CSA avec audition publique des candidats	Publication par le CSA de la liste des candidats recevables	
Juillet 2002	Sélection des candidats	Publication par le CSA de la liste des candidats sélectionnés	
Septembre 2002	Présentation des opérateurs de multiplex par les candidats conventionnés.		A priori, maintien des dates initiales
Novembre 2002	Conclusion des conventions et délivrance des autorisations		
Entre septembre et décembre 2002	Examen des candidatures des opérateurs de multiplex qui font l'objet d'une autorisation par le CSA.		En cas de refus de l'autorisation de l'opérateur de multiplex, les éditeurs disposent d'un nouveau délai de deux mois pour en proposer un autre.
Fin 2002	Mise en place de la TNT		
Trois ans après l'entrée en vigueur de la loi du 1 <sup>er</sup> août 2000 (article 46)	Transmission d'un bilan par le gouvernement au parlement		Le bilan présente notamment des propositions sur le délai dans lequel devra être fixé l'arrêt de la diffusion en analogique.