

**Relations entre télédiffuseurs et filière musicale**  
**Rapport**  
**Janvier 2005**

**Véronique Cayla**  
**Anne Durupty**

## SOMMAIRE

<b>1 RESUME</b>	<b>3</b>
<b>I - INTRODUCTION</b>	<b>5</b>
1 - Origines, contexte et objectifs du groupe de travail	5
2 - Calendrier et méthodologie	8
<b>II – SYNTHÈSE DES TRAVAUX</b>	<b>10</b>
1 - Etat des lieux	10
2 - Attentes de la filière musicale	23
3 – Positions des télédiffuseurs	27
<b>III – PREMIÈRES CONCLUSIONS</b>	<b>30</b>
<b>IV - ANNEXES</b>	<b>34</b>

## RESUME

Un groupe de travail sur les relations entre les télédiffuseurs et la filière musicale présidé par Véronique Cayla s'est réuni au cours du premier semestre 2004 pour traiter de la diversité musicale à la télévision. Comment la faire progresser et la garantir ? Les deux sujets principaux sont, d'une part, l'exposition de la musique et, d'autre part, les conséquences des phénomènes de concentration entre activités de télédiffusion et de production musicale.

A l'issue de ces travaux, au vu des débats qui se sont déroulés et de l'exposé de leurs positions par les représentants de la filière musicale et des télédiffuseurs, il est préconisé par Véronique Cayla de conclure un accord cadre interprofessionnel sous l'égide du ministère de la Culture et de la Communication, lequel accord devra ensuite être complété par des accords bilatéraux entre chaque télédiffuseur - chaînes existantes et futurs services de la télévision numérique terrestre (TNT) - et les représentants de la filière musicale.

\* \*

\*

Le contenu de l'accord cadre pourrait être le suivant.

- Reconnaissance des programmes musicaux en tant que genre télévisuel déterminant pour la culture et la création françaises et européennes.
- En conséquence, nécessité :
  - d'engagements d'exposition de la part des diffuseurs, particulièrement des chaînes publiques et des chaînes musicales ou à composante musicale,
  - d'un dialogue suivi entre télédiffuseurs, filière musicale et pouvoirs publics sur le traitement télévisuel de la musique,
  - de transparence dans les relations commerciales entre les différents acteurs concernés,
  - de soutiens financiers spécifiques.
- Reconnaissance des principes de liberté éditoriale et de liberté d'entreprendre des diffuseurs et mise en œuvre d'une auto-régulation dans le cadre de négociations interprofessionnelles.
- Mise en place d'une observation de la diversité musicale et de la concentration après définition des indicateurs pertinents sur ces deux thèmes, permettant de connaître et de suivre la programmation musicale des chaînes et – dans le respect du secret des affaires - les accords conclus entre les

chaînes, leurs filiales ou d'autres sociétés du groupe et les producteurs et éditeurs de musique.

- Amélioration de l'offre et de la diversité musicales avec une prise en compte accrue des nouveaux talents, des créateurs contemporains et des répertoires spécialisés, provenant principalement d'une politique plus ambitieuse de France Télévisions, en particulier dans le cadre du développement des programmes régionaux, et des futures chaînes publiques et privées de la TNT.
- Régulation des politiques de concentration et de la place faite dans la programmation d'une chaîne aux artistes liés directement ou par le biais d'accords à cette chaîne ou à son groupe d'appartenance, afin de garantir une réelle diversité dans les politiques d'exposition et de partenariats des diffuseurs et, *in fine*, de préserver le pluralisme et l'indépendance des opérateurs de la filière musicale.
- Ouverture de négociations sur les tarifs de diffusion des vidéomusiques, afin qu'ils soient mieux adaptés aux différents types de diffusion et incitatifs à la programmation de clips.

Pour leur part, les pouvoirs publics devraient rechercher une amélioration du soutien financier public aux programmes musicaux, notamment par l'inclusion de certaines séquences musicales dans la définition de « l'œuvre audiovisuelle » ou dans la comptabilisation des obligations de production des chaînes, et par l'adaptation des mécanismes existants aux évolutions en cours qui conduisent les producteurs phonographiques à une implication accrue dans la production d'images (DVD musical en particulier).

\* \*

\*

Ces préconisations ont l'objectif de constituer un terrain d'entente acceptable par les parties concernées, de sorte que le dialogue engagé se poursuive et aboutisse à la conclusion d'accords.

Sur la base des principes de l'accord cadre reconnu de part et d'autre, les accords bi-latéraux permettront de prévoir des dispositifs précis et concrets, adaptés aux spécificités de chaque chaîne.

Les négociations bi-latérales, accompagnées par les services du ministère de la Culture et de la Communication, devront s'ouvrir très rapidement compte tenu de l'urgence résultant de la situation difficile que connaît la filière musicale et de l'arrivée très proche de la TNT.

## I - Introduction

### **1 - Origines, contexte et objectifs du groupe de travail**

La question de la diversité de l'offre musicale concerne tous les médias audiovisuels, et se pose sous un angle nouveau à la télévision du fait de la concentration des activités de diffuseur et de producteur / éditeur de musique au sein des mêmes groupes.

C'est ce dernier aspect qui a motivé, fin 2002 début 2003, la réalisation d'une étude par le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel sur « les relations entre TF1 et Métropole Télévision et la production phonographique », rejoignant une demande du ministre formulée en octobre 2002.

A la suite de ces premiers travaux, le ministre de la Culture et de la Communication a annoncé à l'été 2003 sa volonté que soit étudiée spécifiquement la diversité musicale à la télévision.

Le 21 octobre 2003, le ministre adressait une lettre de mission à Véronique Cayla :

« La promotion de la qualité et de la diversité musicale est au cœur des priorités du ministère de la culture et de la communication. (...) Je souhaite vous confier la présidence de ce groupe de travail, qui sera chargé de livrer un diagnostic et d'élaborer des propositions sur les sujets suivants :

- l'exposition de la musique à la télévision : il s'agira d'étudier comment l'offre de contenus musicaux peut être améliorée et la diversité musicale préservée ;
- l'évolution des relations entre les télédiffuseurs et les maisons de disques : il convient de veiller tout particulièrement à la transparence des pratiques commerciales, s'agissant notamment des accords de coexploitation et de coproduction.

Ce groupe sera chargé, dans un horizon de six mois, d'établir un premier état des lieux de la diffusion musicale à la télévision. Sur cette base, vous veillerez, d'ici la fin de l'année 2004 à favoriser la conclusion d'un accord interprofessionnel qui permette de promouvoir la diversité musicale à la télévision, en prévoyant notamment des outils et des indicateurs permettant de mesurer son évolution, et de s'assurer de la transparence des relations entre diffuseurs, éditeurs et producteurs. »

Lors de la réunion inaugurale du groupe de travail, le 19 décembre 2003, le ministre précisait la mission en ces termes :

« J'ai tenu à vous préciser ce que j'attends de votre travail. J'en attends l'amélioration de la diffusion des musiques par les médias, l'amélioration de la diversité musicale, la préservation de ce que j'appellerai l'écologie de la chaîne musicale, où se retrouvent le spectacle, le disque et les médias. Dans cette chaîne, le disque est aujourd'hui un maillon fragile. (...) »

Les médias ont un pouvoir de prescription important. De ce fait, la concentration de l'audience sur un nombre limité de chaînes implique une vigilance particulière. Il faut s'assurer que des exigences de qualité et de diversité musicale guideront également les choix de programmation. C'est un devoir de la création musicale, à l'égard du public, mais également à l'égard de la filière qui, à terme, n'aurait que tout à perdre si le marché se banalisait et se réduisait.

Je suis, vous le savez, très attaché à renforcer la qualité et la diversité des contenus culturels dans les médias. Les missions confiées à Catherine Clément sur la culture à la télévision, à Jean-Louis Foulquier sur la diffusion des musiciens auto-produits et des labels indépendants, et récemment le rapport remis par Louis Bricard sur la promotion de la musique classique, font une large place à ces questions. Les travaux engagés par mon ministère pour réviser le Contrat d'objectif et de moyens de France Télévisions vont dans ce sens.

La concertation qui s'engage aujourd'hui a vocation à compléter ces démarches. Elle répond à une suggestion du CSA contenue dans le rapport réalisé à ma demande sur les relations entre producteurs de disques, TF1 et M6. Elle répond aussi à la demande des membres du groupe de travail présidé par Eric Baptiste, d'étendre aux télédiffuseurs la concertation instituée avec les radiodiffuseurs. (...)

Il n'appartient pas au ministère de la culture et de la communication de s'immiscer dans les choix de programmation des chaînes. Il lui appartient cependant de promouvoir la qualité et la diversité et pour cela, plutôt que de légiférer ou de réglementer, d'inviter tous les protagonistes du paysage musical à se concerter, à prendre la mesure de leur responsabilité, à s'engager les uns à l'égard des autres.

Je vous donne rendez-vous en juin prochain pour faire un premier point d'étape, avant, je l'espère, la signature d'un accord. »

En résumé, il ne s'agit pas de faire un état des lieux de la présence de la musique à la télévision, assorti de préconisations, car cela a déjà été fait à plusieurs reprises. De nombreux et intéressants travaux existent sur ou autour de ce thème ; on peut mentionner notamment (depuis 2000) :

- des études du CSA : Musique et télévision : état des lieux in *La Lettre du CSA n°124, janvier 2000*, Les émissions culturelles sur les chaînes nationales in *La Lettre du CSA n°170, février 2004* ;
- le rapport du groupe de travail présidé par Dominique Wallon sur L'audiovisuel et le spectacle vivant (février 2000) ;
- la table ronde sur L'accès des industries musicales aux marchés physiques et médias, organisée en décembre 2001 par la Direction de la musique, de la danse, du théâtre et des spectacles du ministère de la Culture et de la Communication,
- le rapport de Catherine Clément sur l'évaluation, l'analyse et les propositions concernant l'offre culturelle à France Télévision (décembre 2002), La nuit et l'été.

En outre, le rapport de Louis Bricard remis au ministre le 15 décembre 2003, Vingt préconisations pour la survie des disques de musique classique, comporte une partie sur la médiatisation.

Le but du groupe de travail est de parvenir à un « diagnostic partagé » entre les représentants de la filière musicale et les télédiffuseurs puis, dans une deuxième phase et dans la mesure du possible, à un accord interprofessionnel. Les deux grands objets du débat sont, d'une part, l'exposition de la musique à la télévision et, d'autre part, les conséquences des phénomènes de concentration entre activités de télédiffusion et de production musicale.

Renaud Donnedieu de Vabres souhaite voir les travaux de la commission aboutir à un accord interprofessionnel et affirme l'engagement du gouvernement en faveur de la diversité musicale.

Les préoccupations ayant conduit à la mise en place du groupe de travail sont bien sûr amplifiées par le contexte de l'hiver 2003-2004 dans le secteur de la production phonographique : augmentation de la piraterie, baisse des ventes, baisse des investissements publicitaires, mouvements de concentration, réduction du nombre de labels et de contrats d'artistes,...

## 2 - Calendrier et méthodologie

Le groupe de travail rassemble les télédiffuseurs – totalité des chaînes hertziennes publiques et privées et certains services câblo-satellites -, la filière musicale – sociétés civiles et syndicats représentant les auteurs, artistes interprètes, éditeurs et producteurs -, et les administrations concernées. (Cf. liste détaillée des participants en annexe 1.)

Dans cette première phase, les travaux ont été conduits sous les formes suivantes :

- entretiens bi-latéraux (une quarantaine) entre Véronique Cayla et/ou Anne Durupt et l'ensemble des membres du groupe ainsi que certains intervenants extérieurs ;
- réunions plénières (au nombre de 6 entre décembre et juillet) qui ont permis aux différentes parties prenantes de présenter leur politique et leurs positions et de faire régulièrement le point sur l'avancée des travaux ;
- réunions thématiques (9 réunions en février, mars et mai) qui ont permis d'approfondir les questions identifiées comme les plus importantes : Publicité télévisée pour l'édition phonographique, Concentration, Exposition des nouveaux talents, Musique classique et autres répertoires, Production de contenus musicaux, Enjeux de la diffusion numérique.

Les comptes rendus des réunions plénières et thématiques figurent en annexes 2 et 3.

L'objectif de cette première phase des travaux était de parvenir à un diagnostic partagé entre les membres du groupe de travail et de conduire les uns et les autres à préciser leurs positions.

Une première synthèse des travaux a été réalisée début avril qui a permis de constater, sans surprise, l'absence de consensus entre télédiffuseurs et filière musicale concernant l'état des lieux de la présence de la musique à la télévision.

La filière musicale a ensuite présenté les mesures qui lui semblent à même de répondre aux problèmes qui la préoccupent.

Les télédiffuseurs ont fait part des réponses qu'ils étaient prêts à apporter.



C'est sur ces bases qu'a été élaboré le présent rapport.

## II – Synthèse des travaux

### 1 - Etat des lieux

Les débats qui se sont déroulés au sein du groupe de travail permettent de résumer comme suit les positions des uns et des autres sur les principales questions qui ont été traitées.

#### **Exposition de la musique à la télévision**

On trouvera en annexes 4 et 5 deux notes du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel établissant le bilan de l'offre de programmes musicaux à la télévision et des documents issus des chaînes, présentant leur politique musicale en complément des comptes rendus des réunions thématiques.

Un premier constat positif est le retour, depuis trois ans, des variétés dans **les émissions de première partie de soirée**, accompagné d'un certain engouement pour la chanson française et son patrimoine. Mais, deux concepts dominent au sein de cette offre de première partie de soirée : la télé-réalité musicale et les palmarès en tout genre teintés de nostalgie. Revers de la médaille dénoncé par les représentants de la filière musicale : l'uniformisation de l'offre et la faible contribution de ces émissions au renouvellement de la création musicale. On peut craindre aussi que la multiplication d'émissions aux concepts assez voisins aboutisse à une lassitude des téléspectateurs et à une nouvelle diminution de l'offre de variétés en première partie de soirée ; l'embellie actuelle est réversible, ce qui doit être pris en compte dans les réflexions du groupe de travail.

Les fortes contraintes d'audience qui pèsent sur les premières parties de soirée des chaînes de télévision (tant publiques que privées, même si pour ces dernières les attentes et « sanctions » sont plus nettes) emportent plusieurs conséquences :

- une réticence face à la diffusion de nouveautés (nouvel artiste ou nouveau titre) car les courbes d'audience révèlent la fuite du public face à la nouveauté ; c'est ainsi que dans ces émissions les jeunes artistes interprètent rarement leur propre répertoire et que la promotion par les talents confirmés de leur dernier titre peut poser problème ;
- la nécessité de trouver des concepts susceptibles de retenir l'attention des téléspectateurs en créant un enjeu, d'où la multiplication des classements.

Les émissions de **télé-réalité musicale** constituent la principale nouveauté de ces dernières années, qui impacte tant la composition de l'offre musicale des

chaînes, que le marché de la production et de la vente de disques. Compte tenu de l'importance qu'elles ont prise, les débats sont naturellement vifs à propos de ces émissions. On relèvera toutefois qu'elles ne font pas l'objet d'une remise en cause fondamentale ; c'est un fait dont il faut chercher à mesurer et, éventuellement, corriger les conséquences.

Pour les diffuseurs, la première conséquence positive de ces émissions est d'avoir permis la programmation de divertissements musicaux en prime time, grâce à leur succès et au fait qu'elles sont à la fois porteuses et fédératrices en termes d'audience. C'est par ce renouvellement des genres qu'a été surmontée la crise de l'offre de variétés des années précédentes. Il faut relever, en effet, que rien ne garantit un certain niveau d'offre musicale en première partie de soirée. Les émissions de télé-réalité ont aussi eu un impact positif sur toute la filière de la chanson française : de l'achat de singles aux écoles de chant, en passant par l'exploitation des catalogues. La révélation de talents anonymes fondée sur les choix du public a toujours existé et, in fine, seuls perdurent les artistes qui trouvent leur public indépendamment de la chaîne qui a permis leur lancement.

En ce qui concerne les partenariats autour de ces émissions, les diffuseurs indiquent faire jouer la concurrence entre producteurs : à l'exception de *La nouvelle star* (qui faisait l'objet avant l'acquisition des droits par M6 d'un accord entre Fremantle et BMG), le producteur phonographique a été choisi après appel d'offres. Par ailleurs, les contrats d'exclusivité avec les artistes sont d'une durée limitée (18 mois dans le cas de *Star Academy* et Universal). Les diffuseurs se disent attentifs au respect des principes de la concurrence et donc à la place accordée à ces artistes, dans l'ensemble de leur programmation.

Parmi les représentants de la filière musicale, les réactions sont ambivalentes. Certains apprécient l'impact positif des émissions de télé-réalité musicale sur l'offre musicale de la télévision et sur le marché (singles, chanson française,...). Nombreux sont ceux qui en dénoncent ou en craignent les effets pervers, tels que :

- phénomène d'éviction (des écrans et des « bacs ») au détriment des artistes cherchant à percer par les voies traditionnelles et des producteurs indépendants,
- place trop importante occupée dans la programmation des chaînes par les émissions et les artistes de la télé-réalité,
- faible contribution au renouvellement de la création et « formatage » imposé des genres et des artistes,
- modification des circuits traditionnels de lancement d'un artiste au bénéfice de la télévision et aux dépens des producteurs,
- image faussée donnée des modalités de développement d'une carrière,

- durée excessive du contrat entre le diffuseur et le producteur phonographique, et blocage trop long par le producteur des droits sur les artistes et sur un trop grand nombre d'entre eux.

Face à ces contraintes, les diffuseurs soulignent que :

- l'offre de musique issue de la télé-réalité reste marginale par rapport à la taille du marché et ne génère aucun phénomène d'éviction,
- l'expérience montre que les artistes lauréats ont des personnalités très différentes d'une promotion à l'autre et qu'on ne peut donc parler de « formatage »,
- les émissions de télé-réalité constituent un circuit supplémentaire pour permettre à de jeunes artistes de trouver leur public et ne remettent pas en cause les circuits traditionnels.

Les uns et les autres s'accordent pour reconnaître que la télé-réalité a pu avoir de manière paradoxale un effet positif sur le succès des « contre-exemples » que constituent plusieurs jeunes auteurs compositeurs interprètes, vers lesquels s'est tourné le public en réaction contre le modèle télé-réalité.

En ce qui concerne l'appréciation générale portée sur **l'offre musicale de la télévision**, les diffuseurs mettent en avant les progrès tant quantitatifs que qualitatifs de leur programmation musicale, et les représentants de la filière souhaitent plus d'exposition, à de meilleurs horaires, et, surtout, plus de diversité et de mise en valeur des nouveaux talents. Il convient de ne pas se focaliser sur les seules retransmissions et émissions musicales ; tous les genres (information, magazines, documentaires, etc.) peuvent être mis au service de la diversité musicale.

Les attentes sont particulièrement fortes à l'égard de France Télévisions. Une question de fond fait débat : les avantages / inconvénients des émissions spécialisées dans la musique versus la présence de musique dans une grande diversité d'émissions. D'une façon générale, en ce qui concerne la culture, France Télévisions estime que les émissions trop spécialisées (« ghetto ») ne sont pas les plus appropriées pour toucher le plus large public. Tout en appréciant le principe d'une offre musicale répartie au long de la grille et des différentes catégories de programmes, les représentants de la filière musicale souhaitent la création d'un magazine ouvert à tous les genres musicaux.

Il faut noter enfin que la filière musicale regrette l'impact encore insuffisant des chaînes du câble et du satellite, lié à la faible pénétration de ces supports. Ces chaînes thématiques, auxquelles devraient prochainement s'ajouter les chaînes de la télévision numérique terrestre, sont cependant une source essentielle et

croissante d'offre et de diversité musicales. Les perspectives positives de la TNT pour le secteur musical ne doivent pas non plus être un prétexte au désengagement des chaînes hertziennes (M6 plus particulièrement).

### **Perspectives liées à la diffusion numérique**

Les réflexions sur l'exposition de musique à la télévision ne peuvent être conduites en faisant abstraction des enjeux liés à la diffusion numérique, qui sont considérables à moyen terme.

Deux sujets principaux sont identifiés : la télévision numérique terrestre (TNT) ; les autres perspectives, à savoir les différentes applications qui permettront de recevoir de la musique sur une grande diversité de récepteurs, téléphones portables notamment.

Concernant **la TNT**, l'offre de nouvelles chaînes retenues par le CSA en octobre 2002 inclut plusieurs chaînes plus ou moins généralistes qui pourront comporter des émissions musicales, deux chaînes musicales - M6 Music et I-MCM - et une chaîne à composante musicale NRJ TV. L'industrie musicale s'était fortement mobilisée pour la présence de la musique en TNT. Pour le secteur public, Festival a été choisie comme nouvelle chaîne et France 5 et Arte bénéficieront d'une diffusion à temps complet. Toutes ces chaînes font partie de l'offre gratuite. Les chaînes privées ont signé leur convention avec le CSA en juin 2003, lesquelles comportent un certain nombre d'engagements en matière de diversité musicale (par exemple part de nouveaux talents avec un système proche de celui des quotas radio).

En ce qui concerne le démarrage de la TNT, sa date a été fixée par le CSA au 1<sup>er</sup> mars 2005 pour les chaînes en clair et au 1<sup>er</sup> septembre 2005 pour les chaînes payantes. La couverture du territoire qui représentera au démarrage 35% de la population devrait s'étendre rapidement ; par contre, il n'existe pas de prévision fiable concernant la progression du nombre de foyers qui recevront effectivement la TNT. Cette donnée dépend, en effet, de plusieurs variables : la distribution et l'acquisition des décodeurs<sup>1</sup>, l'attractivité des chaînes et des programmes, l'implication des opérateurs, etc. Concernant les chaînes gratuites de la TNT, du fait des obligations de « must carry », elles seront également disponibles sur les satellites et le câble numériques.

---

<sup>1</sup> Les décodeurs permettant de recevoir la TNT devraient être proposés à partir de 70€, auxquels il faudra ajouter, probablement assez fréquemment, les frais d'adaptation des antennes.

Parallèlement à la TNT, des potentiels très intéressants sont liés à la diffusion en DVB-H et au réseau « R5 » (un des multiplex de la TNT) actuellement disponible, pour l'emploi duquel le CSA a lancé une consultation.

### **Exposition des nouveaux talents**

Exposer plus et mieux les nouveaux talents, afin de diversifier l'offre musicale, de soutenir le renouvellement de la création, le démarrage des carrières et le marché de la production, indépendante en particulier, est **une des attentes principales de la filière musicale** dans toutes ses composantes.

Les **télédiffuseurs** mettent en avant la place faite aux nouveaux talents dans leur programmation, qu'il s'agisse des émissions musicales plus ou moins spécialisées selon les horaires de diffusion, de modules spécifiques, de magazines ou séquences d'information, ou d'émissions dont la vocation même est la révélation de nouveaux talents.

Un certain accord existe sur le fait que la première partie de soirée ne constitue pas nécessairement le meilleur lieu d'accueil pour exposer des jeunes artistes inconnus du grand public. Au-delà, plusieurs débats non tranchés demeurent sur l'exposition des nouveaux talents.

**Comment qualifier un nouveau talent** pour atteindre l'objectif recherché ? La seule définition existant actuellement est celle qui est fixée pour les « quotas radio ». Si les télédiffuseurs s'appuient sur cette définition pour tout bilan quantitatif, ils vont eux-mêmes plus loin dans leur politique concrète d'accueil des nouveaux talents. Pour les représentants de la filière, il faut que les émissions, musicales ou non, soient beaucoup plus ouvertes et que, notamment, un lien soit fait avec la scène et les festivals, lieux d'émergence des nouveaux artistes. Un renforcement du dialogue entre les programmeurs des différentes chaînes et les artistes et créateurs leur paraît nécessaire. D'une manière générale, les synergies entre scène, production et médiatisation devraient être mieux étudiées.

Quelle doit être la **responsabilité d'une chaîne hertzienne** à l'égard des nouveaux talents ? Doit-elle être starter, ou accompagner le développement des carrières ? Dans quelles émissions et à quels horaires doit-elle jouer ces rôles ? Est-il normal que les jeunes talents puissent rarement interpréter leur propre répertoire ? Les chaînes hertziennes redoutent les émissions et artistes « segmentants ». Les représentants de la filière musicale attendent davantage de prises de risques de la part des télévisions et une offre plus diversifiée à des heures d'écoute significative.

Les **artistes révélés par les émissions de télé-réalité** sont-ils des nouveaux talents comme les autres ? Pour les télédiffuseurs, c'est en fin de compte le public qui tranchera. Pour les représentants de la filière musicale, cette remise en cause de la chaîne habituelle des responsabilités dans le lancement d'une carrière pose problème. D'une part, elle place les producteurs en situation de dépendance par rapport aux télévisions ; d'autre part, elle évince de l'accès à la télévision les très nombreux jeunes artistes professionnels qui travaillent selon les méthodes traditionnelles.

Certains diffuseurs font valoir leur inquiétude, que les producteurs n'investissent plus suffisamment dans la production de nouveaux artistes ni dans la réalisation des clips, dans le contexte actuel de crise du secteur.

### **Musique classique et autres répertoires**

Le groupe a pu constater qu'en volume la diffusion de la musique classique n'était pas négligeable. Mais, pour l'ensemble de ces répertoires (musique classique, jazz, musiques du monde) **deux problèmes importants** se posent sur les chaînes hertziennes, à l'exception d'Arte : les horaires de diffusion (nuit et été) et la très faible part faite aux compositeurs contemporains. A cet égard, le paradoxe de la situation française est souligné : alors que la création contemporaine est particulièrement vivante et dynamique et saluée à l'étranger, elle est très absente des télévisions. Pourtant, tant les compositeurs que les jeunes artistes sont ouverts et prêts à s'adapter aux exigences de la télévision pour promouvoir leur activité.

L'impact et les moyens de Mezzo sont malheureusement encore trop limités pour compenser les manques des autres antennes. La situation encore plus difficile du jazz a été relevée. La filière est donc en attente d'évolutions dans ces secteurs.

C'est principalement **la télévision publique** qui est questionnée sur ce thème. France Télévisions met en avant l'ensemble de ses programmes : magazines et émissions régulières, retransmission de spectacles et de concerts, couverture des festivals, opérations exceptionnelles, développement de la programmation régionale notamment sur les thèmes culturels, etc. Elle fait valoir que sa politique s'inscrit au sein de l'offre globale du secteur public dont les différentes antennes sont complémentaires, incluant donc Arte et MEZZO. Par ailleurs, ce genre n'est pas toujours facile à traiter à la télévision, en particulier dans le cas de la musique contemporaine. En ce qui concerne les horaires des émissions régulières, ils résultent des multiples contraintes que les chaînes doivent prendre

en compte ; il faut aussi considérer que l'écoute des chaînes hertziennes est significative aux horaires de nuit.

Les représentants de la filière musicale restent néanmoins insatisfaits de l'offre de France Télévisions – en premier lieu de celle de France 3 - et, tout particulièrement, des horaires de diffusion des programmes consacrés à la musique classique. Revient à ce propos également (cf. plus haut) la demande d'un magazine de découverte ouvert à tous les genres musicaux.

La question **du renouvellement du mode de traitement de la musique classique ou du jazz** à la télévision est un sujet d'intérêt commun, sur lequel les uns et les autres sont prêts à approfondir leur réflexion. France 3 consacre déjà des ateliers, avec des réalisateurs et des producteurs audiovisuels, à la manière de filmer le spectacle vivant. Arte a conduit des expérimentations intéressantes en la matière. MEZZO plaide pour la réalisation de programmes courts.

Les débats rejoignent donc certaines propositions faites par Louis Bricard dans son rapport sur l'économie du disque classique : engagement d'une réflexion sur les rapports entre l'image et la musique classique et sur la forme des programmes consacrés à ces répertoires ; soutien financier à la production de programmes courts de musique classique.

Les diffuseurs ne s'accordent pas sur l'intérêt des **programmes courts**. Pour MEZZO, ils sont un axe majeur de sa politique comme moyen de renouveler l'offre dans ces genres musicaux et d'attirer un public non spécialiste. Pour les chaînes hertziennes, ces formats ne correspondent pas aux besoins de leurs antennes : difficultés de programmation et coût à la minute élevé.

## **Concentration**

Les phénomènes de concentration sont un sujet de préoccupation majeure pour la filière musicale. Deux cas de figure sont plus particulièrement problématiques : celui où des activités de production / édition musicales sont intégrées avec celles de télévision sous la responsabilité d'un même patron, et celui où un même groupe inclut tous les métiers, production phonographique, télévision et radio.

La filière musicale, de manière assez unanime, craint et dénonce les **effets pervers susceptibles d'en résulter** et que l'on peut regrouper en deux grands thèmes : les distorsions de concurrence sur le marché au bénéfice des filiales des chaînes ou de leurs partenaires ; la situation de dépendance dans laquelle sont



placés les producteurs et éditeurs de musique à l'égard des diffuseurs compte tenu de la puissance de ceux-ci.

La question prend une ampleur particulière avec le développement des émissions de télé-réalité musicale qui lient le télédiffuseur, sa filiale d'édition / production musicale, une radio et une major du disque, les producteurs indépendants redoutant tout particulièrement les effets d'éviction qui peuvent en résulter.

Les télédiffuseurs font valoir, d'une part, qu'il s'agit là de leur liberté d'entrepreneur dans le cadre de leur politique de diversification, d'autre part, qu'ils exercent une réelle vigilance pour respecter les principes et règles du droit de la concurrence. Ils sont largement sollicités par les producteurs, indépendants comme majors, pour conclure des accords qui limitent leur prise de risques sur le développement de projets ponctuels.

**Les politiques conduites** sont très différenciées selon les chaînes considérées. MCM s'en tient strictement à sa fonction d'édition de service de télévision. France Télévision Distribution a une activité très limitée dans le domaine musical (chiffre d'affaires inférieur à 1 million d'euros). Elle conclut un ou deux accords de co-exploitation par an avec des producteurs phonographiques. TF1 se concentre désormais sur deux activités (pour un chiffre d'affaires global d'environ 20 millions d'euros) : l'édition graphique via Une Musique, principalement pour les musiques de certains téléfilms coproduits par la chaîne ; des accords de co-exploitation via TF1 Entreprises portant sur *Star Academy* et sur 4 ou 5 opérations par an. M6 Interactions intervient aussi sous forme de co-exploitation et, de manière limitée, en édition graphique. La société a développé une activité de producteur phonographique et détient une part de marché de 4%.

L'accès au marché, en particulier pour les producteurs indépendants, est de plus en plus complexe et coûteux et la puissance du média télévisuel (comme radiophonique) place de fait l'ensemble de la filière musicale en situation de dépendance à son égard. Dans ce contexte, tout élément susceptible de restreindre encore davantage les débouchés aggrave la situation. Or, les représentants de la filière musicale voient précisément dans les politiques de concentration menées par certains télédiffuseurs un facteur supplémentaire de rétrécissement des voies d'accès à la télévision.

Quelles que soient les critiques qu'ils formulent à l'égard du système, peu de représentants de la filière croient dans la possibilité d'un retour en arrière en la matière, qui nécessiterait d'importantes mesures législatives. Mais ils estiment indispensable à la sauvegarde d'une production musicale pluraliste que des **instruments de régulation du marché** soient mis en place. Par ailleurs,

l'exemple de l'amendement qui a créé les quotas radio prouve que la solution législative doit être gardée à l'esprit, en cas de non aboutissement d'autres solutions.

## **Publicité télévisée pour la filière phonographique**

Le principe de la **publicité télévisée pour l'édition phonographique**, secteur culturel, a fait l'objet de nombreux débats par le passé et certains pensent qu'elle a grandement contribué à la concentration du secteur. En tout état de cause, elle est maintenant considérée comme un fait acquis, dont il s'agit de compenser, si nécessaire, certains effets.

On constate une forte baisse des investissements en télévision du secteur musical en 2003 (-20%), corrélée à la baisse des ventes, et la concentration des investissements chez les majors. L'accès à cette forme publicitaire est en effet difficile, car trop coûteux, pour les indépendants. Parfois, il peut aussi s'agir d'une stratégie délibérée de leur part de ne pas annoncer en télévision. Les chaînes du câble et du satellite déplorent d'être totalement sous-investies par les annonceurs du secteur, alors même qu'elles jouent un rôle déterminant pour la diversité musicale. Les annonceurs sont, de fait, en recherche d'efficacité immédiate.

Concernant les tarifs, les télévisions accordent toutes des remises importantes à ce secteur, notamment dans l'utilisation des espaces disponibles au dernier moment. Les abattements du brut au net varient selon les chaînes et le moment de l'achat entre 30 et 70%.

Le problème de pénurie d'espace est réel pour France Télévisions, compte tenu de la limitation de la publicité à 8 minutes par heure glissante pour le groupe public, mais ne se pose que de manière saisonnière sur les chaînes privées.

Les télévisions et leurs régies ne craignent pas d'effet d'éviction à l'encontre de l'édition phonographique du fait de l'entrée de nouveaux annonceurs (essentiellement la presse écrite qui était auparavant interdite de publicité télévisée et a maintenant accès aux chaînes hertziennes). Ceci est dû au fait que ce ne sont ni les mêmes écrans qui sont sollicités, puisque l'édition phonographique achète à 90 ou 95% en floating, ni les mêmes jours (week-end et début de semaine pour la presse ; fin de semaine pour la musique).

Concernant les **accords au rendement** conclus avec les régies publicitaires, l'UPFI indique qu'il n'y a pas d'hostilité de principe à ce type d'accords. Ils peuvent au contraire constituer pour les producteurs un moyen moins coûteux

d'accéder à la publicité télévisée. Mais, il existe la crainte s'agissant de M6, compte tenu de la forte implication de M6 Interactions dans l'édition phonographique, que de tels accords soient plus ou moins une obligation pour ceux qui veulent passer sur l'antenne de M6.

TF1 indique conclure très peu d'accords de ce type (2 ou 3 par an en sus de ceux liés à *Star Academy*). Ils étaient plus nombreux il y a quelques années, mais TF1 a souhaité les limiter pour assainir le marché de la vente d'espace.

M6 constate aussi un recul de ces accords. Ce sont le plus souvent les producteurs, indépendants ou non, qui souhaitent conclure un partenariat avec M6 Interactions incluant une campagne publicitaire avec rémunération au rendement, car cela leur permet (économiquement) d'accéder à la publicité télévisée.

France Télévisions a conclu en 2003 deux contrats de co-exploitation accompagnés d'accords au rendement dans le domaine publicitaire (l'un avec EMI pour Norah Jones, l'autre avec Naïve pour Carla Bruni). De tels accords sont exceptionnels, FT Distribution étant peu impliquée dans l'édition phonographique.

Pour permettre l'accès à la publicité télévisée à des producteurs (en particulier indépendants) et à des artistes qui ne peuvent y avoir accès dans les conditions actuelles, une piste de réflexion consisterait à accorder un **tarif surpréférentiel**, fondé sur des éléments qualitatifs (nouveaux talents<sup>2</sup> notamment). La DGCCRF rappelle que le droit de la concurrence interdit les pratiques discriminatoires ; il oblige les diffuseurs à donner aux annonceurs placés dans la même situation, un accès au marché de l'achat d'espaces publicitaires dans des conditions identiques. Elle souligne que de telles remises devraient reposer sur des critères précis et objectifs. Par ailleurs, la seule définition du « nouveau talent » actuellement existante est celle des « quotas radio ». Or, elle ne serait pas pertinente comme critère de cette nouvelle mesure tarifaire, car incluant un trop grand nombre d'artistes. Le résultat ne doit pas être de baisser le coût d'accès à la publicité télévisée pour les majors qui sont déjà annonceurs ou pour les artistes de la télé-réalité soutenus par les chaînes...

---

<sup>2</sup> Des modules « nouveau talent » existaient dans les conditions générales de vente de M6 de 1995 à 1997. Ils concernaient les artistes répondant aux conditions suivantes : éditer un premier album ou single ; n'avoir jamais fait de pub TV. M6 Publicité leur donnait accès aux horaires de programmation musicale (day et night time) à un tarif forfaitaire. Ces modules ne suscitaient pas l'engouement des annonceurs (petites comme grosses sociétés) qui souhaitaient de la visibilité en prime time. Par ailleurs, il apparaissait de plus en plus difficile d'identifier ce qu'était un nouveau talent, le cas le plus complexe étant celui des compilations. Cette commercialisation a été arrêtée en 1998.

## Production de contenus musicaux

Incluant le secteur de la production audiovisuelle, ce thème dépasse le strict cadre du groupe de travail. Il est déterminant, puisque l'amélioration de l'exposition de musique par les télévisions suppose qu'elles disposent des contenus adéquats dans des conditions économiques satisfaisantes pour les deux parties. Les enjeux sont importants pour l'avenir car l'image et le son sont de plus en plus associés par exemple dans le cas des DVD musicaux.

Dans le domaine des **captations de spectacles**, les données du CNC indiquent leur très forte progression au cours de ces dernières années. Elles ont été multipliées par 5 en 6 ans, essentiellement du fait des chaînes locales et thématiques, pour atteindre 439 heures en 2003 dont 75% pour la musique. Particulièrement dans le domaine de la musique classique, les difficultés résultent du faible nombre de diffuseurs ayant les moyens d'y consacrer les financements suffisants et du nombre restreint de producteurs français susceptibles de monter des productions internationales.

Des programmes musicaux sont produits dans tous les genres (portraits, documentaires, magazines, etc.), témoignant d'une filière de production très vivante.

En ce qui concerne les **vidéomusiques**, une inquiétude porte actuellement sur l'ampleur du retentissement que pourra avoir la crise du disque sur la production de clips, du fait des difficultés économiques des producteurs. Or, le clip est indispensable tant à la promotion des artistes qu'à l'approvisionnement des chaînes de télévision, thématiques notamment.

La nature double du clip, à la fois œuvre audiovisuelle et outil de promotion, est à la source de conflits et d'interrogations. Le financement des vidéomusiques repose majoritairement sur les producteurs phonographiques : est-ce la conséquence logique de la nature promotionnelle du clip, ou le clip devrait-il trouver son économie propre ? Quel est le bon partage des rôles entre producteurs audiovisuels et producteurs phonographiques en ce qui concerne production déléguée et production exécutive et détention des droits sur le clip ? Les aides publiques doivent-elles être attribuées au producteur audiovisuel (cas du CNC) ou au producteur phonographique (cas du FCM et des sociétés civiles) ? Le débat est ouvert sur ces questions et devient plus sensible dans le contexte de crise économique du secteur.

Producteurs audiovisuels et phonographiques se rejoignent pour contester le « formatage » des clips qui serait imposé par les télédiffuseurs, en particulier M6 – laquelle réfute cette analyse - compte tenu de son poids sur ce marché (environ 80% des droits de diffusion proviennent de cette chaîne). D'œuvres de création,

les clips sont devenus des produits de commande, sur lesquels toute prise de risque est refusée. En particulier, moins de 50% des clips des producteurs indépendants trouveraient un débouché en télévision.

Les télédiffuseurs et les producteurs audiovisuels considèrent que les conditions tarifaires de diffusion des clips devraient être revues, car elles sont prohibitives et constituent un frein à leur utilisation dans les programmes des télévisions. Les producteurs phonographiques ne semblent pas prêts à ouvrir des négociations tarifaires.

La **production de DVD** est en plein développement et désormais indispensable pour les maisons de disques. Leur économie n'est pas encore bien déterminée ; elle pose tout particulièrement la question des sources de financement et de la détention des droits sur les images. Les producteurs audiovisuels, qui disposent du savoir-faire artistique et professionnel et sont des gestionnaires de droits, peuvent être le pivot central de cette nouvelle économie. Les producteurs phonographiques estiment essentiel de maîtriser cette production, mais n'en ont pas nécessairement les moyens, le coût de production d'un DVD étant environ dix fois plus élevé que celui d'un disque. Des partenariats semblent indispensables.

Plusieurs **questions fondamentales** ont émergé à l'occasion de ces débats sur la production :

- diversité des systèmes d'aides (CNC, FCM, sociétés civiles) ;
- nécessité d'un renouvellement des modes de traitement télévisuels, en particulier pour les répertoires dits « difficiles » que sont la musique classique, le jazz et les musiques du monde ;
- juste valorisation des programmes musicaux (échange de droits de diffusion contre de l'espace publicitaire ou promotionnel – financement et tarifs de diffusion des vidéomusiques – apports divers des maisons de disques dans les émissions musicales,...) ;
- partage des rôles entre producteurs audiovisuels et producteurs phonographiques (questions du financement direct ou indirect de programmes de télévision par les producteurs de phonogrammes, et des responsabilités respectives dans la production des DVD).

Par ailleurs, l'attention des responsables et des membres du groupe de travail a été appelée par les diffuseurs concernés sur deux sujets de préoccupation : les **conditions d'utilisation des phonogrammes du commerce**<sup>3</sup> et la **complexité d'exploitation des archives audiovisuelles**<sup>4</sup>.

---

<sup>3</sup> Suite à plusieurs contentieux et décisions de la Cour de Cassation, la portée de la licence légale couvrant l'utilisation de phonogrammes du commerce par les télévisions en échange de la rémunération équitable se trouve aujourd'hui remise en cause. Les incorporations de disques dans les émissions devraient relever du droit exclusif supposant autorisation et rémunération spécifiques. Les télévisions ont une double préoccupation : ne pas rester dans l'insécurité juridique, ne pas « payer deux fois » pour l'utilisation de phonogrammes. En outre, rendre plus complexe et plus coûteuse l'utilisation de disques par les télévisions est contradictoire avec l'objectif de développement de l'exposition musicale. Les représentants de la filière musicale attendent une nouvelle décision de la Cour de Cassation qui mettra un terme au débat juridique. Des négociations devront permettre de fixer la portée et la rémunération de la licence légale d'une part, et du droit exclusif, d'autre part.

<sup>4</sup> Les chaînes ou émissions à vocation patrimoniale se heurtent à de nombreuses difficultés, liées à des contraintes juridiques et administratives spécifiques au régime français, dans l'utilisation des archives. Ces difficultés sont plus particulièrement ressenties par les chaînes du câble et du satellite, aux moyens modestes. Concernant les clips anciens, il est souvent difficile d'obtenir des maisons de disques les contrats afférents à ces clips. S'ajoute à ces difficultés d'organisation le conflit non réglé entre la SPEDIDAM et l'industrie du disque, au sujet de la rémunération des musiciens interprètes des phonogrammes servant de support aux clips d'avant 1994, ce qui empêche la diffusion de ces clips. Concernant la rediffusion d'émissions de variété, une source de blocage provient de certains réalisateurs qui ont démissionné de la SACEM et entendent commercialiser eux-mêmes leurs droits d'auteurs sur ces émissions. Par ailleurs, quelques artistes, ou leurs agents, tendent à s'opposer à l'acquisition des émissions les présentant en vedette ou dans une séquence d'une émission, ce qui interdit la diffusion de nombreuses émissions intégrales. Concernant les extraits d'émissions, leur mode de commercialisation par l'INA est peu compatible avec l'économie d'une chaîne « de complément », puisqu'un seul tarif est proposé (à la minute), que la demande émane d'une chaîne hertzienne ou d'une chaîne câble-satellite.

## **2 - Attentes de la filière musicale**

Les représentants de la filière musicale (syndicats et sociétés civiles) ont travaillé ensemble à l'élaboration d'une plate-forme commune qui a été présentée au groupe de travail au cours de la réunion plénière du 28 mai. Les grandes lignes de cette démarche sont exposées ci-après ; pour prendre connaissance de l'intégralité de la plate-forme, on se reportera au compte-rendu de la réunion du 28 mai en annexe 2.

Le premier fait à remarquer est l'existence d'une plate-forme commune notamment au SNEP et à l'UPFI, alors que ces deux syndicats ont le plus souvent des positions divergentes.

On relève, cependant, que le principe même des « accords au rendement »<sup>5</sup> fait l'objet de vifs débats au sein de la filière. Il est dénoncé par les représentants des auteurs et compositeurs, pour lesquels de tels accords constituent une dérive inacceptable, tant en radio qu'en télévision, car ils font prévaloir les critères commerciaux sur les critères artistiques.

A ce stade, les propositions énoncées ne sont pas assorties des procédés juridiques envisageables pour leur mise en œuvre ; elles doivent être considérées comme autant d'objectifs à atteindre.

Les attentes de la filière musicale portent sur trois sujets :

- l'exposition de la musique,
- la régulation du cumul des activités de télédiffuseur et de producteur / éditeur de musique,
- le financement des programmes musicaux.

### **a) L'exposition de la musique**

Les demandes de la filière se focalisent sur quatre points : le rôle des chaînes hertziennes, les missions des chaînes publiques, la place des nouveaux talents et celle des répertoires spécialisés.

Tout en appréciant l'importance de la diffusion musicale des chaînes thématiques du câble et du satellite et en appelant de ses vœux le déploiement

---

<sup>5</sup> Accord par lequel un producteur de phonogrammes propose à un diffuseur d'acheter de l'espace publicitaire sur son antenne afin de promouvoir ses enregistrements phonographiques dans le cadre de messages publicitaires en rémunérant totalement ou partiellement cet achat par le biais d'un intéressement sous forme de reversement commercial basé sur les ventes des supports correspondants.

rapide de la télévision numérique terrestre, la filière musicale considère qu'il n'y a pas à l'heure actuelle ni pour l'avenir proche de substitution possible à la puissance des principales chaînes hertziennes. Or, cette puissance est nécessaire pour atteindre le plus grand nombre. C'est donc de ces chaînes qu'est attendue une meilleure exposition de la musique.

Les chaînes privées doivent pouvoir faire un peu plus et surtout mieux, en ce qui concerne la diversité musicale, les horaires de certaines émissions et la place accordée aux nouveaux talents. Les artistes doivent pouvoir interpréter leur propre répertoire.

L'offre actuelle de M6 et TF1, en ce qu'elle a de satisfaisant, doit être pérennisée : maintien des premières parties de soirée consacrées à ce genre sur TF1, maintien de ses engagements conventionnels par M6 dans la durée. Canal + doit renouer avec la musique.

Concernant France Télévisions, les attentes sont fortes, à la hauteur des critiques : maintien des émissions récemment mises en place par France 2, création de nouvelles émissions sur l'ensemble des chaînes, meilleurs horaires de diffusion notamment par des cases en deuxième partie de soirée, implication accrue de France 3 en particulier sur les antennes régionales, efforts significatifs pour les nouveaux talents et les répertoires spécialisés.

L'amélioration de la place faite aux nouveaux talents est une des attentes principales de la filière musicale, qui concerne l'ensemble des chaînes, même si le service public doit être en première ligne. Il est indispensable au renouvellement de la création musicale que les artistes en démarrage et développement de carrière soient beaucoup plus présents dans les émissions de télévision, à des heures d'écoute diversifiées incluant prime time et heures d'écoute significative et qu'ils puissent interpréter leur propre répertoire.

L'exposition des répertoires spécialisés, dont en premier lieu la musique classique et le jazz, fait l'objet d'un constat très négatif de la part de la filière musicale, qui demande la mise en œuvre d'une nouvelle politique dans ce domaine. Mobilisation des chaînes publiques avec une offre de musique classique à des horaires accessibles, mise en valeur des grands événements, prise en compte de la création contemporaine, création d'une chaîne de musique classique du service public en TNT et d'un établissement d'archivage, en seraient les principaux éléments<sup>6</sup>. Postérieurement à la réunion du 28 mai, la Chambre syndicale des éditeurs de musique de France a complété ces

---

<sup>6</sup> On signalera que le SNEP a fait savoir qu'il ne reprenait pas à son compte le document concernant la musique classique joint au compte-rendu de la réunion plénière du 28 mai, mais s'est référé aux orientations du rapport Bricard.



propositions, indiquant que c'est dans l'espace correspondant à la diffusion en TNT des chaînes publiques « que devrait s'inscrire la diffusion par ces chaînes de la musique classique protégée comprenant bien entendu de la création contemporaine ».

## **b) La régulation du cumul des activités de télédiffuseur et de producteur / éditeur de musique**

Cette partie des demandes de la filière musicale est motivée par le constat suivant :

- l'utilisation de l'image d'artistes par les télévisions comme élément de leur propre image s'amplifie et se concentre sur quelques artistes,
- plusieurs diffuseurs privés sont devenus des opérateurs significatifs du marché de la musique ;

en conséquence :

- la diversité de l'offre est menacée,
- le caractère loyal de la concurrence provenant des filiales d'édition et de production des chaînes de télévision est mis en doute en l'absence de transparence des différents accords conclus,
- la bonne information du public quant aux choix de programmation des chaînes n'est pas assurée.

Une série de propositions sont formulées pour assurer la diversité des contenus et le pluralisme des opérateurs dans la programmation musicale. La filière souhaite leur mise en œuvre *via* un accord interprofessionnel ou, à défaut, par la voie législative et réglementaire.

La mesure-clef consiste à limiter dans la programmation musicale d'une chaîne la part pouvant être consacrée aux artistes liés à la chaîne<sup>7</sup>. La filière musicale considère que des critères quantitatifs - dont elle souhaite une déclinaison précise selon les horaires, le genre (clips ou prestations live) et la chaîne considérés – sont indispensables à une régulation efficace du marché et à la préservation de la diversité de l'offre musicale des télévisions.

D'autres propositions visent à assurer l'égalité de traitement entre tous les acteurs de la filière musicale, allant de l'interdiction du *pay per play* ou du fait

---

<sup>7</sup> Définis comme suit : phonogrammes ou vidéomusiques (ou prestations live des titres correspondant) édités ou produits directement par la chaîne ou par l'intermédiaire d'une société placée sous son contrôle, ou faisant l'objet d'un accord de partenariat avec un producteur de phonogrammes et/ou éditeur de musique, impliquant de sa part le versement d'une rémunération quelconque.

de subordonner la programmation d'un artiste à la conclusion d'un accord de partenariat, à la limitation des accords au rendement.

Enfin, observation et mesure de la diversité musicale et transparence quant aux accords conclus (dans le respect du secret des affaires) sont indispensables.

La filière musicale propose pour cela :

- la mise en place d'un comité de suivi,
- l'obligation pour les chaînes de déclarer toute une série de données (bilans mensuels de diffusion, parts consacrées aux différentes catégories d'artistes, d'œuvres et de producteurs,...),
- l'obligation de signaler à l'antenne lors de la diffusion d'un programme les éventuels accords de partenariat dont celui-ci a été l'objet (sur le modèle des *Payola Rules* américaines).

### **c) Le financement des programmes musicaux**

L'amélioration de l'exposition de musique à la télévision passe par l'amélioration du financement des programmes musicaux, afin que ceux-ci par leur qualité et leur caractère innovant répondent aux besoins des chaînes et aux attentes du public.

Cet objectif ne sera atteint que si deux évolutions fondamentales interviennent :

- les programmes musicaux doivent être correctement valorisés et leur financement ne doit pas reposer sur les producteurs musicaux au motif que ces programmes seraient un instrument de promotion des disques ;
- il revient aux diffuseurs, mais aussi aux pouvoirs publics, de considérer la musique au même niveau que le sont d'autres genres de programmes, telle la fiction télévisuelle ou cinématographique. Les principes, règles et moyens relatifs au soutien du financement des programmes musicaux doivent être adaptés en conséquence.

Dans ce cadre, des demandes concrètes sont formulées : doublement de la part du COSIP attribuée à l'audiovisuel musical ; accès direct des producteurs phonographiques et éditeurs de musique aux aides du COSIP ; élargissement de la définition d'œuvre audiovisuelle éligible aux aides du COSIP à certaines émissions de variétés.

### 3 – Positions des télédiffuseurs

Les diffuseurs ont fait part de leurs réponses à la plate-forme de la filière musicale lors de la réunion plénière du 6 juillet, dont le compte-rendu figure en annexe 2.

Le groupe France Télévisions, au niveau de la holding et de chacune des chaînes, a rappelé la politique musicale conduite et l'intensification réelle de l'exposition et de la diversité musicales depuis deux ans. Cependant, l'exposition de musique par des chaînes généralistes n'est pas un exercice aisé, comme en témoignent des résultats d'audience mitigés.

Certaines nouveautés ponctuelles peuvent trouver place sur les antennes nationales, comme en témoigne *Studio 5*, nouvelle émission de France 5 qui répond aux attentes de la filière d'un format live permettant d'exposer une grande diversité d'artistes. En outre, le contrat d'objectifs et de moyens de France Télévisions inclut plusieurs initiatives dans le secteur musical.

Mais les véritables voies de développement sont liées à la régionalisation de France 3 et à l'arrivée de la TNT.

La politique régionale de France 3 passe par le plan "Horizon 2008", selon lequel la chaîne doit doubler le volume horaire de programmes régionaux. Un des axes majeurs est l'augmentation de l'offre culturelle sur les 13 antennes régionales, dont la diffusion d'événements musicaux.

Les captations, souvent réalisées en partenariat avec les collectivités locales, sont déjà une réalité, avec des diffusions sur les antennes régionales les samedi et dimanche après-midi et le mercredi en deuxième partie de soirée. La musique classique se trouve ainsi exposée à de très bons horaires.

En TNT, la diffusion 24 heures sur 24 de France 5 et celle de Festival vont permettre d'accroître l'offre musicale.

Pour Arte également, outre le rôle d'ores et déjà essentiel joué par la chaîne dans le domaine de la musique classique, la diffusion en TNT à plein temps amènera une augmentation du volume des émissions musicales.

Fort de sa spécificité liée à sa présence dans plus de 150 pays et 200 millions de foyers, TV5 souhaite développer son rôle d'exposition et de promotion de la musique et des artistes français. En particulier, elle s'emploie à conclure un

accord avec la profession pour pouvoir faire de son site Internet un portail de téléchargement payant et sécurisé de titres francophones.

Les chaînes publiques considèrent, par ailleurs, ne pas être concernées par l'autre thème central des demandes de la filière musicale, à savoir les conséquences de la concentration.

Canal + va renouer avec les programmes musicaux dès la prochaine saison, par la place faite à la musique dans les programmes célébrant le vingtième anniversaire de la chaîne, un projet de magazine quotidien de 6 minutes et un projet d'émission événement trimestrielle consacrée à la création musicale française et à ses nouveaux talents. Compte tenu des enjeux de cette émission et de son coût, Canal + souhaite qu'une évolution des textes permette de prendre en compte cet investissement dans ses obligations relatives à la production d'œuvres audiovisuelles.

Par ailleurs, le groupe Universal / Canal ne cherche pas à développer des actions de concentration en son sein entre ses différentes activités. Il n'y a par exemple aucun lien privilégié entre les émissions de Canal + et les artistes d'Universal.

TF1 et M6 s'étonnent l'une et l'autre de l'esprit qui anime, selon elles, la plateforme de la filière musicale, très agressive et pleine de suspicion à leur égard, alors même que les débats ont été emprunts de respect et d'estime mutuels. Cette relation de défiance, si elle devait être confirmée, n'est pas propice à une poursuite des discussions.

Pour TF1, le caractère excessif et inefficace des mesures demandées, qui relèvent d'une économie administrée, les rend irrecevables.

M6 rappelle qu'elle est une chaîne généraliste avec un cahier des charges spécifique en matière de musique et qu'elle est la chaîne hertzienne en Europe qui expose le plus la musique. Elle est tout à fait disposée à discuter de la manière de mieux exposer certaines catégories d'artistes, mais refuse toute obligation quantitative supplémentaire, de même que tout « quota » qui viserait M6 Interactions. Pour prévenir les éventuels problèmes pouvant résulter de la concentration de différents métiers au sein de son groupe d'appartenance, une nouvelle clause a d'ores et déjà été ajoutée à sa convention avec le CSA.

Les deux chaînes se disent prêtes à envisager une poursuite des discussions dans la perspective de l'organisation du dialogue interprofessionnel et de l'observation des programmes et des pratiques, dans un objectif de transparence et de meilleure connaissance réciproque.

Enfin, tous les diffuseurs publics et privés s'accordent pour estimer que le coût de diffusion des clips est excessif, insuffisamment modulé selon les clips, les chaînes et les horaires de diffusion considérés et donc n'incite pas à en diffuser davantage.

### III – Premières conclusions

A l'issue de cette première phase de la mission, au vu des débats qui se sont déroulés et des positions des uns et des autres, il apparaît souhaitable de poursuivre dans la voie engagée, c'est-à-dire dans la **recherche d'accords interprofessionnels visant à une auto-régulation du marché.**

Les préconisations qui suivent ont pour objectif de constituer un terrain d'entente acceptable pour les différentes parties concernées, de sorte que le dialogue puisse se poursuivre et aboutir.

Il est préconisé de procéder en deux temps :

- au mois de septembre 2004 conclusion d'un accord cadre interprofessionnel posant les principes fondamentaux d'une régulation de la musique à la télévision et prévoyant leur mise en œuvre par des accords bi-latéraux ;
- d'ici la fin de l'année 2004 conclusion d'accords bi-latéraux entre chaque télédiffuseur et les représentants de la filière musicale.

Le **contenu de l'accord cadre** pourrait être le suivant.

- **Reconnaissance des programmes musicaux en tant que genre télévisuel déterminant pour la culture et la création françaises et européennes.**

C'est parce que les enjeux artistiques et culturels liés à la musique sont essentiels qu'elle doit faire l'objet de mesures spécifiques, dans le même esprit que ce qui existe dans le domaine du cinéma ou de la production audiovisuelle.

La consécration de ce principe doit être illustrée par les engagements d'exposition des diffuseurs, particulièrement des chaînes publiques et des chaînes musicales ou à composante musicale, par l'instauration d'un dialogue suivi entre télédiffuseurs, filière musicale et pouvoirs publics concernant le traitement télévisuel de la musique, par la transparence dans les relations commerciales entre les différents acteurs concernés, par des soutiens financiers accrus.

- **Reconnaissance des principes de liberté éditoriale et de liberté d'entreprendre** des diffuseurs et mise en œuvre d'une auto-régulation dans le cadre de négociations interprofessionnelles.

Dans le contexte des évolutions très rapides que connaît la communication audiovisuelle et du développement des groupes de ce secteur, il apparaît

préférable d'en appeler à la responsabilité des opérateurs plutôt que de solliciter des mesures législatives et / ou réglementaires de la part des pouvoirs publics. Ceci implique de trouver, par la voie de la négociation, un équilibre entre le respect de la liberté éditoriale et de la liberté d'entreprendre des télédiffuseurs, et des engagements concrets de leur part en faveur de la diversité musicale.

- **Mise en place d'une observation** de la diversité musicale et de la concentration, permettant de connaître et de suivre la programmation musicale des chaînes et – dans le respect du secret des affaires - les accords conclus entre les chaînes, leurs filiales ou d'autres sociétés du groupe et les producteurs et éditeurs de musique.

Aujourd'hui, les propos relatifs à la diversité musicale reposent largement sur des appréciations subjectives, faute d'indicateurs<sup>8</sup> permettant de mesurer l'offre musicale et ses évolutions. De même l'absence de transparence concernant les accords conclus entre les chaînes ou leurs filiales et les producteurs ou éditeurs de musique ne permet pas d'évaluer de manière pertinente les politiques des chaînes.

Une première étape indispensable consiste donc dans la mise en place d'un « observatoire ». Des informations devront être fournies à cet effet par l'ensemble des organismes et sociétés concernés, après définition des indicateurs pertinents portant sur l'exposition et la concentration. L'institution la plus appropriée pour accueillir un tel observatoire permettant l'implication des télédiffuseurs et de la filière musicale paraît être l'Observatoire de la musique de la Cité de la musique qui conduit déjà de telles activités, dans le secteur radiophonique notamment.

- **Amélioration de l'offre et de la diversité musicales** avec une prise en compte accrue des nouveaux talents, des créateurs contemporains et des répertoires spécialisés, provenant principalement d'une politique plus ambitieuse de France Télévisions, en particulier dans le cadre du développement des programmes régionaux, et des futures chaînes publiques et privées de la TNT.

Les débats ont montré que les lacunes actuelles de l'offre de musique par la télévision portent moins sur son volume global, que sur sa trop grande uniformité, le déficit d'exposition des nouveaux talents<sup>9</sup>, la marginalisation de la

---

<sup>8</sup> Seul élément public, les études du CSA, non systématiques à ce jour.

<sup>9</sup> En ce qui concerne la définition des « nouveaux talents », les débats ont montré que la définition existante issue des « quotas radio » ne correspond pas pleinement aux attentes de la filière pour la télévision. Cependant par souci de simplicité et d'efficacité, alors que cette définition a été reprise dans les conventions entre le CSA et les chaînes de la TNT, il n'est pas préconisé de la modifier.

musique classique et des autres répertoires dits spécialisés et la non prise en compte de la création contemporaine.

L'effort de diversité doit porter à la fois sur les artistes exposés, sur les genres et répertoires musicaux, sur les formats des émissions, sur les sociétés de production impliquées dans les projets des chaînes.

Pour le court terme, ce sont principalement les chaînes publiques qui doivent mener une politique plus ambitieuse. La régionalisation croissante de France 3 devrait en être le vecteur privilégié.

Pour l'avenir, l'arrivée des chaînes de la télévision numérique terrestre (TNT) offre des perspectives très positives. Rappelons que le CSA vient de fixer le démarrage des chaînes en clair au 1<sup>er</sup> mars 2005. Celles-ci incluront la diffusion à temps complet de France 5 et d'Arte, une nouvelle chaîne publique à partir de Festival, une chaîne à composante musicale NRJ TV et deux chaînes musicales I-MCM et M6 Music. Dans le cadre de cette explosion de l'offre musicale, il est primordial que la diversité soit une réalité et soit préparée en concertation entre les responsables de ces nouveaux canaux et la filière musicale, en amont de la préparation des grilles de programmes.

- **Régulation des politiques de concentration** et de la place faite dans la programmation d'une chaîne aux artistes liés directement ou par le biais d'accords à cette chaîne ou à son groupe d'appartenance, afin de garantir une réelle diversité dans les politiques d'exposition et de partenariats des diffuseurs et, *in fine*, de préserver le pluralisme et l'indépendance des opérateurs de la filière musicale.

Dans le cadre de leur politique de diversification, les télédifuseurs développent ou pourraient développer des activités de production et / ou édition phonographique sous diverses formes et font jouer les synergies entre entreprises du groupe. Sans contester ces politiques, il convient de veiller à ce qu'elles n'entraînent pas d'effets pervers à l'égard des différents acteurs de la filière musicale, indépendants en particulier. Dans le domaine de la production audiovisuelle ou cinématographique, la part de production « liée » à la chaîne est limitée. Dans le même esprit, la place faite aux artistes et sociétés liées d'une manière ou d'une autre à une chaîne de télévision doit être maintenue à un niveau raisonnable, garantissant une réelle diversité dans les politiques d'exposition et de partenariats des diffuseurs. En outre, un traitement équitable et non discriminatoire doit être assuré à tous les intervenants de la filière, quel que soit leur positionnement par rapport à la chaîne.



Il importe par ailleurs que les pouvoirs publics améliorent le **soutien financier aux programmes musicaux**, notamment par l'adaptation des mécanismes existants aux évolutions en cours qui conduisent les producteurs phonographiques à une implication accrue dans la production d'images et par l'inclusion de certaines séquences musicales dans la définition de « l'œuvre audiovisuelle » ou dans la comptabilisation des obligations de production des chaînes.

Alors que image et son sont de plus en plus intimement liés, en particulier du fait du développement de la production de DVD, il apparaît essentiel que soient précisées les responsabilités respectives des producteurs phonographiques et audiovisuels dans le financement des différentes productions et la détention des droits. Liée à ce thème se pose la question de l'adaptation éventuelle des systèmes d'aide.

Une réflexion spécifique doit être conduite à ce sujet.

Il faut également prendre en compte pour le secteur de la musique classique les recommandations du rapport de Louis Bricard sur « la situation actuelle du disque classique » qui devraient déboucher sur des améliorations.

Sur la base des principes énoncés ci-dessus, les **accords bi-latéraux** viendront préciser les mesures concrètes spécifiques à chaque diffuseur, adaptées à sa nature et à sa ligne éditoriale. Ces mesures devront porter sur l'exposition de la musique et sur la régulation des phénomènes de concentration.

Du côté des diffuseurs, il est nécessaire que s'engagent dans ces négociations les chaînes existantes et les futurs services de la TNT.

Il est souhaitable que les négociations bi-latérales – accompagnées par les services du ministère – s'ouvrent au plus vite, compte tenu de l'urgence résultant de la situation difficile que connaît la filière musicale et du lancement très proche de la TNT. Les discussions relatives à la définition d'indicateurs préables à la mise en place de l'observation devront se dérouler en parallèle.

## IV - Annexes

	<i>pages</i>
Annexe 1 : liste des membres du groupe de travail -----	35
Annexe 2 : comptes-rendus des réunions plénières	
2-1 : Réunion du 19 décembre 2003 -----	39
2-2 : Réunion du 21 janvier 2004-----	44
2-3 : Réunion du 4 mars 2004-----	47
2-4 : Réunion du 8 avril 2004 -----	55
2-5 : Réunion du 28 mai 2004 -----	58
2-6 : Réunion du 6 juillet 2004 -----	73
Annexe 3 : comptes-rendus des réunions thématiques	
3-1 : Réunion du 3 février 2004 : Publicité télévisée pour l'édition phonographique -----	80
3-2 : Réunion du 11 février 2004 : Concentration-----	86
3-3 : Réunion du 18 février 2004 : Exposition des nouveaux talents -----	90
3-4 : Réunion du 20 février 2004 : Musique classique et autres répertoires -----	96
3-5 : Réunion du 26 février 2004 : Production de contenus musicaux -----	102
3-6 : Réunion du 8 mars 2004 : Concentration -----	108
3-7 : Réunion du 19 mars 2004 : Production de contenus musicaux-----	112
3-8 : Réunion du 24 mars 2004 : Musique classique et autres répertoires -----	117
3-9 : Réunion du 5 mai 2004 : Enjeux de la diffusion numérique-----	122
Annexe 4 : notes du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel	
4-1 : Etat des lieux de l'offre de programmes musicaux sur les services du câble et du satellite et sur les chaînes hertziennes, 2000 – 2002 -----	126
4-2 : La musique en télévision, 2002 – 2003-----	137
Annexe 5 : documents de présentation de la politique musicale des chaînes	
5-1 : France Télévisions -----	149
5-2 : TFI-----	164
5-3 : M6-----	183
5-4 : Arte-----	185
5-5 : TV5-----	189
Annexe 6 : synthèse des réponses des membres du groupe de travail suite à la remise du rapport d'étape	
Annexes 7 : courrier d'envoi du pré-rapport par Véronique Cayla et réponses des membres du groupe de travail	

## **Annexe 1**

### **Liste des membres du groupe de travail<sup>10</sup>**

**Présidente** : Véronique Cayla  
Secrétaire générale : Anne Durupty

#### **Télédiffuseurs**

France Télévisions : Marc Tessier, président directeur général, René Bonnell, directeur de la stratégie des programmes, Fabienne Clérot, adjointe au directeur de la stratégie des programmes, Stéphanie Martin, directrice de la diversification et des chaînes thématiques, Philippe Chazal, directeur général de la chaîne Festival

France 2 : Christopher Baldelli, directeur général, François Tron, directeur des programmes, Yves Bigot, directeur artistique des variétés, jeux et divertissements, Marc de Florès, directeur artistique des programmes culturels, Sandrine Soloveicik, directrice de la coordination à la direction générale, Pascale Didelet, conseiller de programme à l'unité variétés, jeux et divertissements

France 3 : Rémy Pflimlin, directeur général, Bertrand Mosca, directeur des programmes, Claude Couderc, directeur de l'unité culture et spectacles, Rachel Kahn, directrice de l'unité jeux et divertissements, Claude Drapeau, responsable des relations extérieures à la direction de la communication, Hélène Peu du Vallon, conseiller de programmes à l'unité culture et spectacles

France 5 : Daniel Goudineau, directeur général, Alexandre Michelin, directeur des programmes, Jean-Marc Merriaux, secrétaire général des antennes, Annick Menthiller, directrice déléguée à la production

France Télévisions Distribution : Michel Liberman, Directeur Général

France Télévisions Publicité : Luis Hernandez, responsable de l'administration des ventes et de l'optimisation des revenus, Stéphanie Conchin, responsable du service juridique

Arte : Jean Rozat, directeur général, directeur des projets Arte France, Pascal Aron, administrateur unité spectacles, Gabrielle Babin, directrice de l'unité spectacles

TF1 : Edouard Boccon-Gibod, secrétaire général de l'antenne, Dominique Poussier, directrice des programmes jeunesse, Didier Firmin-Guion, directeur des programmes de flux, Julien Grosslerner, juriste

TF1 Entreprises : Michel Brossard, directeur général, Léonor Grandsire, directrice TF1 Musique

LCI : Jacques Collet, rédacteur en chef

---

<sup>10</sup> Liste des organismes et de leurs représentants ayant pris part aux différentes réunions

TF1 Publicité : Myriam Lévy, directrice commerciale

M6 : Michel Rey, directeur adjoint, secrétaire général, Régis Ravanas, directeur général adjoint des programmes, Hélène Saillon, directrice des relations institutionnelles, Yann Geneste, directeur adjoint unité divertissement

M6 Interactions : Pascal Bourdette, directeur général adjoint

M6 Publicité : Martine Collet, directrice de la gestion commerciale et administrative

Canal + : Rodolphe Belmer, directeur général délégué, Jean-François Doisne, directeur adjoint de l'antenne, Olivier Zegna Rata, directeur des relations extérieures, Mathieu Gallet, chargé de mission à la direction des relations extérieures

TV5 : Marie-Christine Saragosse, vice-présidente directrice générale, David Richard, adjoint du directeur des programmes, Philippe Vannier, responsable du service musique, Jérémie Auzat, adjoint du directeur juridique, Emmanuelle Silloray, service juridique

MCM / MEZZO : Thierry Cammas, directeur général MCM et MEZZO, Pascal Chevalier, directeur des programmes MEZZO

Lagardère Active Publicité : Yannick Lacombe

NRJ Group : Marc Pallain, vice-président du directoire, gérant de NRJ TV

Association des chaînes du câble et de satellite (ACCeS) : Guillaume Gronier, délégué général

## **Filière musicale**

Musiques France Plus : Jacques Blache, président délégué

Artistes-Interprètes ADAMI : Alain Buis, Jacques Haurogné

Société des Auteurs, Compositeurs et Editeurs de Musique (SACEM) : Bernard Miyet, président du directoire, Claude Gaillard, membre du directoire, Jacques Blociszewski, Laurence Bony

Chambre Syndicale de l'Édition Musicale (CSDEM) : Nelly Querol, présidente, Bruno Lion, vice-président, Aurélie Jimenez, chargée de mission

Chambre Syndicale des Editeurs de Musiques de France (CEMF) : Pierre Henry, président, François Derveaux, vice-président

Syndicat National de l'Édition Phonographique (SNEP) : Hervé Rony, directeur général, Antonie Cartier, directrice des affaires économiques, Pascal Nègre (Universal Music), Christophe Lameignère (BMG Music), Yves Riesel (Abeille Musique), Yann Ollivier (Universal Classics)

Union des Producteurs Phonographiques Indépendants (UPFI) : Patrick Zelnik, président (Naïve), Stéphan Bourdoiseau, président, Jérôme Roger, directeur général, Camille Rancière (Zig-Zag Territoires)

Syndicat National des Auteurs et des Compositeurs (SNAC) : Emmanuel de Rengervé, délégué général, Jean-Marie Moreau

Union Nationale des Auteurs et Compositeurs (UNAC) : Dominique Pankratoff, président

SNAM : Marc Slyper, secrétaire général, Antony Marschutz

### **Administrations**

Cité de la Musique : André Nicolas, responsable de l'Observatoire de la Musique

Direction Générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes (DGCCRF) : Benoît Parlos, directeur général, Annie Tesson, responsable du secteur audiovisuel au bureau transports et communications, Anne Fauconnier, chef du bureau des biens de consommation, Anne Sommerard, bureau des biens de consommation

Centre National de la Cinématographie (CNC) : David Kessler, directeur général, Laurent Cormier, directeur de l'audiovisuel, Harold Valentin, directeur adjoint, Marie Mas-Moisy, chargée de mission au service du soutien aux industries de programme, Alice Landrieu, chargée d'étude

Conseil Supérieur de l'Audiovisuel : Maryse Brugière, directrice des programmes, Danielle Sartori, chargée de mission à la direction des programmes, Didier Aaron, chef du département radio à la direction des programmes

Ministère de la culture et de la communication : Eric Garandeau, conseiller technique, Laurence Franceschini, directrice adjointe du cabinet du ministre, Séverin Naudet, conseiller technique pour les industries culturelles et les musiques actuelles.

Direction du Développement des Médias (DDM) : Michel Plazanet, chef du bureau des industries de programmes, Valérie de Rozières, chargée de mission, Emmanuelle Mauger, chargée de mission

Direction de la Musique de la Danse du Théâtre et des Spectacles (DMDTS) : André Cayot, conseiller pour les musiques actuelles, Pascal Dumay, conseiller pour les musiques savantes, Claire Lamboley, sous-directrice de la formation professionnelle et des entreprises culturelles, Marianne Revoy, chef du bureau des affaires juridiques, de l'économie et des industries culturelles, Silvy Castel, chargée de mission pour les industries musicales

**Annexe 2**  
**Comptes-rendus des réunions plénières**

<p>Compte rendu de la réunion plénière du groupe de travail sur les relations entre télédiffuseurs et filière musicale du 19 décembre 2003</p>
--

Participants : Mars Tessier (France Télévisions), René Bonnell (France Télévisions), François Tron (France 2), Bertrand Mosca (France 3), Rachel Kahn (France 3), Daniel Goudineau (France 5), Edouard Bocon-Gibod (TF1), Michel Brossard (TF1), Régis Ravanas (M6), Hélène Saillon (M6), Yann Geneste (M6), Rodolphe Belmer (Canal +), Thierry Cammas (MCM/MEZZO), Pascal Aron (Arte), Marie-Christine Saragosse (TV5), Marc Pallain (NRJ Group), Jacques Blache (Musiques France Plus), Bernard Miyet (SACEM), Alain Buis (ADAMI), Nelly Querol (CSDEM), Aurélie Jimenez (CSDEM), François Derveaux (CEMF), Patrick Zelnik (UPFI), Jérôme Roger (UPFI), Hervé Rony (SNEP), Dominique Pankratoff (UNAC), Marc Slyper (SNAM), André Nicolas (Cité de la Musique), Benoît Parlos (DGCCRF), Anne Fauconnier (DGCCRF), Annie Tesson (DGCCRF), Michel Plazanet (DDM), Maryse Brugière (CSA), Danielle Sartori (CSA), David Kessler (CNC), Eric Garandeau (Ministère de la culture et de la communication), Pascal Dumay (DMDTS), André Cayot (DMDTS), Marianne Revoy (DMDTS), Silvy Castel (DMDTS)

Jean-Jacques Aillagon, Véronique Cayla

**Jean-Jacques Aillagon, Ministre de la Culture et de la Communication**, (discours ci-après) préside cette première réunion du groupe de concertation réunissant autour du ministère de la culture télédiffuseurs et professionnels de la filière musicale, destiné à mener une réflexion commune visant à améliorer la diffusion de la diversité musicale par les médias et à préserver un équilibre entre les acteurs du secteur du spectacle vivant, du disque et des médias.

Jean-Jacques Aillagon indique que compte tenu du contexte actuel lié à la piraterie, à la contrefaçon et à l'évolution des modes de consommation, l'industrie phonographique française connaît une situation difficile qui peut être amplifiée par le comportement des médias.

Il ajoute que les médias ont un pouvoir de prescription important. De ce fait, il lui apparaît que la concentration de l'audience sur un nombre limité de chaînes implique une vigilance particulière. Il lui semble donc nécessaire de s'assurer que des exigences de qualité et de diversité musicale guideront également les choix de programmation. Ces exigences constituent, selon Jean-Jacques Aillagon, un devoir de l'ensemble des professionnels réunis au sein de ce groupe à l'égard du public au risque, à terme, que le marché se banalise et se réduise au détriment de tous.

Il indique que cette concertation vient à la fois compléter une série de démarches qu'il avait engagées (mission Clément, mission Foulquier, négociation du Contrat d'Objectifs et de Moyens de France Télévisions, ...) et répondre aux demandes du CSA et des professionnels. Il rappelle qu'il n'appartient pas au ministère de la culture et de la communication de s'immiscer dans les choix de programmation des chaînes, mais de promouvoir la qualité et la diversité. Pour cela, il indique que plutôt que de légiférer ou de réglementer, il souhaite inviter tous les protagonistes du paysage musical à se concerter, à prendre la mesure de leur responsabilité, à s'engager les uns à l'égard des autres.

Le Ministre propose qu'un point d'étape sur l'avancée des travaux soit prévu en juin 2004 avant la signature d'un accord interprofessionnel répondant aux objectifs qu'il a fixés.

Il passe ensuite la parole à Véronique Cayla, Directrice générale du festival de Cannes, ancienne membre du C.S.A, chargée d'animer en 1999 un groupe de liaison entre les professionnels de la filière musicale et de l'audiovisuel, qui a accepté de présider les travaux de ce groupe.

**Véronique Cayla (Présidente)** rappelle que tout au long de son action, tant dans le secteur de la télévision que du cinéma, du public ou du privé, elle a toujours souhaité mettre en valeur le travail des artistes dans une perspective de rencontre avec le grand public. Elle évoque le rôle fondamental de la télévision et d'internet comme vecteurs essentiels de la culture et en particulier de la musique. Elle reste convaincue que la musique, art populaire par excellence, et la télévision sont profondément destinées à vivre ensemble, se soutenant, se développant mutuellement. Elle propose de laisser la parole aux participants à cette première réunion.

**Patrick Zelnick (UPFI)** se réjouit que ce groupe de travail, dont il attend beaucoup, se mette en place et se dit favorable au sens de l'introduction faite par la présidente. Il tient à souligner tout particulièrement que la fonction de régulation de ce groupe est primordiale dans un contexte de concentration verticale et également horizontale des opérateurs, dévastatrice pour le paysage culturel.

**Hervé Rony (SNEP)** remarque que la situation a changé par rapport aux années antérieures où l'on assistait à une absence quasi totale de musique à la télévision. Il ajoute que l'opérateur qui touche le public détient le pouvoir entre ses mains, parallèle qu'il étend à la distribution de détail du disque. Il pense, de fait, que ce médiateur entre les œuvres et le public a une responsabilité particulière. Il juge à ce titre que cette concertation est nécessaire et importante.

**Jean-Jacques Aillagon** interroge alors **André Nicolas (Observatoire de la Musique)**, afin de connaître une première analyse des travaux du groupe de suivi des indicateurs de la diversité musicale à la radio présidé par Éric Baptiste. André Nicolas indique alors que le premier rapport de ce groupe de travail, sera rendu dans le courant du mois de janvier 2004 et donnera l'état de cette diversité sur l'année 2003.

**Bernard Miyet (SACEM)** indique que les auteurs sont des acteurs économiques indépendants. Aussi, souhaite-t-il que l'ensemble des acteurs du secteur puisse bénéficier, dans le respect des contraintes de chacun, des avantages liés à leur exposition dans les médias y compris sur Internet. Il remarque qu'il existe une volonté louable de promouvoir la création et la solidarité active entre les répertoires, et il souhaite que les préoccupations de ce groupe de travail permettent de trouver un équilibre en faveur de la qualité et de la création.

**Marc Tessier (France Télévisions)** rappelle que le groupe France Télévisions collabore d'ores et déjà avec les producteurs phonographiques. Il ajoute, concernant l'exposition de la musique à la télévision, qu'il faut être vigilant à ne pas favoriser des émissions "ghetto" qui n'ont pour seule utilité que de faire de la promotion.

En revanche, il souhaite que soient trouvés, avec l'ensemble des partenaires de la filière musicale, les moyens de soutenir l'exposition des jeunes talents.



**Dominique Pankratoff (UNAC)** exprime pour sa part son souhait de voir la signature in fine d'un pacte entre les membres respectueux des contraintes de chacun, mais utile à la diversité musicale.

**Véronique Cayla** présente les deux axes sur lesquels **Jean-Jacques Aillagon** lui a demandé de conduire les réflexions:

- L'exposition de la musique sur les chaînes de télévision et les conditions de la préservation et de la promotion de la diversité musicale dans les programmes ;
- La clarification des relations entre les télédiffuseurs et les maisons de disques, en veillant notamment au respect de la libre concurrence et à la transparence des pratiques commerciales.

Elle propose d'organiser les travaux, d'une part, sous forme de réunions bilatérales, chaque membre du groupe sera contacté à compter de début janvier 2004, et, d'autre part, de réunions plénières thématiques mensuelles qui feront l'objet d'un compte rendu détaillé.

Elle indique que la première d'entre elle se tiendra le 21 janvier 2004 sur le double thème de l'offre de programmes musicaux à la télévision et de la définition de la diversité musicale.

Sur la base d'une note réalisée par le CSA sur l'état de la diversité musicale à la télévision, elle demande à chaque diffuseur de bien vouloir présenter les grandes caractéristiques de sa politique de programmation en matière musicale et aux représentants de la filière musicale de faire état de leurs attentes à cet égard.

Concernant le second thème, Véronique Cayla souhaiterait savoir ce que les uns et les autres entendent par "diversité musicale à la télévision" : diversité des genres, des programmes, des producteurs, des jeunes talents ? Cette notion doit-elle s'appliquer de la même manière pour les chaînes hertziennes et des services du câble et du satellite, les chaînes publiques ou privées?

Elle ajoute, pour ceux qui le souhaitent, que les contributions sont les bienvenues et seront remises à l'ensemble des membres du groupe de travail.

Elle indique enfin, que le groupe de travail bénéficiera des services d'un "rapporteur" dès janvier 2004.

Véronique Cayla donne donc rendez-vous au groupe de travail le **mercredi 21 janvier 2004 à 10h00**, 3. Rue de Valois 75 001 Paris et lève la séance.

## **Discours inaugural de Jean-Jacques Aillagon**

Mesdames, Messieurs,

Je suis heureux d'installer ce matin le groupe de travail sur les relations entre télédiffuseurs et professionnels de l'industrie musicale, éditeurs, producteurs et représentants des auteurs, des artistes, groupe de travail qu'a bien voulu présider Véronique Cayla. Je l'en remercie.

Avant de vous laisser organiser votre première réunion, j'ai tenu à vous préciser ce que j'attends de votre travail. J'en attends l'amélioration de la diffusion des musiques par les médias, l'amélioration de la diversité musicale, la préservation de ce que j'appellerai l'écologie de la chaîne musicale, où se retrouvent le spectacle, le disque et les médias. Dans cette chaîne, le disque est aujourd'hui un maillon fragile.

Nous savons tous que le marché de la musique enregistrée traverse une crise au plan mondial depuis trois ans. La France en est affectée depuis octobre 2002. Les causes sont multiples : développement du piratage et des échanges de fichiers sur Internet, évolution des comportements des consommateurs confrontés à de nouveaux produits - DVD, jeux vidéos... - augmentation des coûts de production et explosion des dépenses de marketing, concentration des canaux de distribution... Nous assistons ainsi, depuis le début de l'année 2003, à une nouvelle phase de concentration des acteurs de l'édition et de la production musicales y compris des majors, la fusion de Sony Music et de BMG étant l'exemple le plus visible. Tout aussi inquiétante est la baisse du nombre de signatures et d'investissements en faveur des jeunes talents et des artistes locaux.

Cette crise peut être amplifiée par le comportement des médias de diffusion musicale. La réduction des fenêtres d'exposition de la musique sur les médias, en radio comme en télévision, ajoute en effet une difficulté supplémentaire. C'est naturellement de cela que je souhaite vous saisir.

S'agissant du câble et du satellite, je constate que, même si la musique est l'une des thématiques les plus représentées derrière le cinéma, la part d'audience des chaînes musicales reste faible par rapport aux autres thématiques.

S'agissant des chaînes hertziennes, l'offre de programmes musicaux, qui représente encore 7,6% de leur offre totale en 2002, est cependant en baisse de 9,5% par rapport à 2000. Comme pour les chaînes du câble et du satellite, la part des musiques populaires s'est renforcée au détriment des autres genres musicaux – jazz, musique classique, lyrique, musiques extra-européennes... - dont le déclin est particulièrement marqué.

La raréfaction de l'offre de programmes musicaux, et sa concentration sur les musiques les plus commerciales, sont préoccupantes parce que, comme l'a confirmé une étude effectuée en mars 2003 par l'IFOP pour le compte du SNEP, l'écoute de la radio et la fréquentation des émissions de télévision sont les deux principales motivations d'achat d'un disque.

Les médias ont un pouvoir de prescription important. De ce fait, la concentration de l'audience sur un nombre limité de chaînes implique une vigilance particulière. Il faut s'assurer que des exigences de qualité et de diversité musicale guideront également les choix de programmation. C'est un devoir de la création musicale, à l'égard du public, mais également à l'égard de la filière qui, à terme, n'aurait que tout à perdre si le marché se banalisait et se réduisait.

Je suis, vous le savez, très attaché à renforcer la qualité et la diversité des contenus culturels dans les médias. Les missions confiées à Catherine Clément sur la culture à la télévision, à Jean-Louis Foulquier sur la diffusion des musiciens auto-produits et des labels indépendants, et récemment le rapport remis par Louis Bricard sur la promotion de la musique classique, font une large place à ces questions. Les travaux engagés par mon ministère pour réviser le Contrat d'objectif et de moyens de France télévisions vont dans ce sens.

La concertation qui s'engage aujourd'hui a vocation à compléter ces démarches. Elle répond à une suggestion du CSA contenue dans le rapport réalisé à ma demande sur les relations entre producteurs de disques, TF1 et M6. Elle répond aussi à la demande des membres du groupe de travail présidé par Eric Baptiste, d'étendre aux télédiffuseurs la concertation instituée avec les radiodiffuseurs. Cette concertation a abouti à la signature d'un accord interprofessionnel en juillet dernier.

Il n'appartient pas au ministère de la culture et de la communication de s'immiscer dans les choix de programmation des chaînes. Il lui appartient cependant de promouvoir la qualité et la diversité et pour cela, plutôt que de légiférer ou de réglementer, d'inviter tous les protagonistes du paysage musical à se concerter, à prendre la mesure de leur responsabilité, à s'engager les uns à l'égard des autres.

\*\*\*

Je vous donne rendez-vous en juin prochain pour faire un premier point d'étape, avant, je l'espère, la signature d'un accord. Je laisse maintenant la parole à Véronique Cayla, que je remercie une nouvelle fois d'avoir accepté la présidence de ce groupe de travail.

Vous le savez, Véronique Cayla, lorsqu'elle siégeait au CSA, s'est fortement impliquée dans les enjeux de la diversité musicale. Son expérience, ses qualités humaines et son sens diplomatique, de l'équilibre, sont des atouts. Ils favoriseront, j'en suis sûr, des échanges constructifs.

Je vous remercie.

Groupe de travail sur les relations entre télédiffuseurs et filière musicale  
Compte rendu de la réunion du 21 janvier 2004

Participants : Franck Firmin-Guion (TF1), Michel Brossard (TF1 Entreprises), Yann Geneste (M6), René Bonnell (France télévisions), Fabienne Clérot (France Télévisions), Yves Bigot (France 2), Rachel Kahn (France 3), Claude Couderc (France 3), Annick Menthiller (France 5), Thierry Cammas (MCM/MEZZO), Jean Rozat (Arte), Pascal Aron (Arte), Jérémie Auzat (TV5), Philippe Vannier (TV5), Jacques Blache (Musiques France Plus), Claude Gaillard (SACEM), Alain Buis (ADAMI), Bruno Lion (CSDEM), Aurélie Jimenez (CSDEM), François Derveaux (CEMF), Patrick Zelnik (UPFI), Jérôme Roger (UPFI), Hervé Rony (SNEP), Dominique Pankratoff (UNAC-SNAC), André Nicolas (Cité de la Musique), Annie Tesson (DGCCRF), Anne Fauconnier (DGCCRF), Anne Sommerard (DGCCRF), Michel Plazanet (DDM), Danielle Sartori (CSA), Laurent Cormier (CNC), Marie Mas Moisy (CNC), Claire Lamboley (DMDTS), Marianne Revoy (DMDTS), Silvy Castel (DMDTS), Véronique Cayla, Anne Durupty.

Véronique Cayla ouvre la séance en expliquant que des problèmes d'agenda de dernière minute de certains des membres du groupe ont amené un changement tardif de son horaire et regrette les difficultés qui ont pu en résulter.

Elle présente Anne Durupty, administratrice civile, ex-directrice générale du CSA qui va assurer à ses côtés le secrétariat du groupe et sera à sa disposition, pour en faciliter les travaux. (contact à compter du 27/01/04 : [anne.durupty@culture.gouv.fr](mailto:anne.durupty@culture.gouv.fr))

### 1) Présentations par les télévisions publiques de leur politique musicale

Ces présentations feront l'objet d'un document spécifique complet qui sera remis ultérieurement au groupe de travail.

René Bonnell présente les grandes lignes de la politique du groupe *francetélévisions* en matière musicale. La présence de la musique a été renforcée et elle le sera encore dans le cadre du Contrat d'objectifs et de moyens qui est en phase de renouvellement et dont la mise en œuvre fait l'objet d'un contrôle approfondi. L'objectif du groupe public, financé en grande partie par le contribuable, est de donner accès à la culture au plus grand nombre. La stratégie éditoriale consiste donc à donner sa place à la musique dans un grand nombre d'émissions fédératrices, tout autant qu'à lui consacrer des émissions spécialisées. Ces émissions se heurtent par ailleurs aux contraintes de la grille qui n'est pas extensible. Grâce à la complémentarité entre les trois chaînes du groupe et à la régionalisation croissante de France 3, tous les genres de musiques sont traités sur les antennes dans une large palette d'émissions. *Francetélévisions* développe également les programmes événementiels et les partenariats (Victoires de la Musique, Opéra de Paris, festivals, etc.).

France 2 (Yves Bigot), France 3 (Claude Couderc et Rachel Kahn) et France 5 (Annick Menthiller) présentent chacune leur orientation éditoriale et leur offre musicale.

Jean Rozat expose la politique musicale d'Arte, qui répond aux spécificités de la chaîne : - chaîne franco-allemande à vocation européenne,- chaîne sans publicité et donc moins tributaire de contraintes d'audience. Sur Arte, la priorité est donnée à la musique classique. La musique actuelle est traitée dans l'émission *Tracks*. Les différences de goût entre les publics allemands et français et les particularités des deux marchés complexifient la programmation d'Arte, en particulier dans les domaines du jazz ou des musiques actuelles. Arte est partenaire de nombreux festivals et événements.

La politique musicale de TV5 répond à sa vocation de chaîne francophone internationale (Jérémie Auzat et Philippe Vannier). L'offre musicale est en croissance. L'émission hebdomadaire *Acoustic* est très bien accueillie par les artistes français qui y chantent 4 et bientôt 5 titres en *live* et peuvent ainsi se faire connaître à l'étranger. Le site internet de TV5 joue ainsi un rôle important.

## 2) Réactions des représentants de la filière musicale

Hervé Rony (SNEP) estime que le service public a incontestablement renforcé son offre dans le secteur de la musique actuelle. Par contre, la déception persiste à l'égard de la politique de *francetélévisions* - particulièrement de France 3 - concernant le jazz, la musique classique et les musiques spécialisées. Les musiques qui représentant une faible part du marché des ventes de disques doivent tout autant que les autres faire l'objet d'une bonne exposition télévisuelle. En effet, la télévision ne doit pas seulement "faire vendre du disque", elle doit présenter la musique au public. Par ailleurs, une évaluation de l'exposition télévisuelle ne peut reposer sur des critères strictement quantitatifs. Il faut prendre en compte les horaires de programmation, l'audience et la nature des émissions, etc.

Dominique Pankratoff (UNAC) considère que la diversité musicale sur la télévision publique reste insuffisante. Il apprécie l'apport de *CD'Aujourd'hui*, mais déplore l'absence d'un magazine qui serait ouvert à toutes les musiques.

Jérôme Roger (UPFI) parle du "relatif dialogue de sourds" qui perdure entre producteurs et diffuseurs, les premiers souhaitant l'exposition de tous les types de musiques à tous les horaires, et les seconds mettant en avant la nécessité d'émissions fédératrices. Il salue les efforts et les avancées du service public – notamment de France 2 – au cours des trois dernières années, mais estime insuffisante la place accordée à la musique sur France 3, hors événements. La profession a besoin d'une offre pérenne de la part des chaînes publiques et l'espère dans le cadre du Contrat d'objectifs et de moyens. En effet, les producteurs indépendants ne peuvent développer les carrières d'artistes que dans la durée et ne revendiquent pas nécessairement une exposition en prime time.

Patrick Zelnik (UPFI) insiste sur "l'effet d'entonnoir" de plus en plus marqué qui existe entre la production et la diffusion. En outre, pour lancer un nouveau talent, il faut des passages télévisés à fort impact. Il déplore ainsi, dans le cas de la musique classique, que la pénétration des émissions de Mezzo ou d'Arte n'atteignent pas un impact suffisant, quelle que soit leur qualité.

### 3) Débat

Au cours du débat sont évoqués les points suivants :

- La programmation très tardive de certaines émissions musicales sur France 3. Sur ce sujet doit être prise en compte le caractère structurellement tardif des deuxième et troisième parties de soirée sur cette chaîne, du fait du Soir 3.
- L'activité de France Télévision Distribution. René Bonnell indique que cette filiale commerciale du groupe, qui a vocation à " optimiser les actifs publics ", intervient peu en production musicale. Hors opérations estivales spécifiques, le premier partenariat qui vient d'être monté concerne Carla Bruni. Les contrats relatifs à cette opération sont parfaitement transparents et contrôlés.
- Les différents modes de traitement de la musique à la télévision et leurs atouts et défauts respectifs. Ainsi, les contenus spécialisés risquent de n'attirer que les spécialistes. La segmentation croissante des genres et des goûts des consommateurs rend très difficile le traitement de genres différents dans des émissions communes. La récréation de spectacles est plus adaptée que la simple captation, mais très coûteuse.
- Les contentieux en cours concernant les droits voisins et le champ d'application de la licence légale. René Bonnell fait part de sa préoccupation face à ce qu'il considère comme un facteur d'insécurité juridique et un risque de renchérissement de la diffusion de musique. Jérôme Roger considère qu'il n'y a pas d'insécurité juridique puisque la Cour de Cassation tranchera la question. En tout état de cause, ce thème ne relève pas selon lui de ce groupe de travail. Véronique Cayla indique que le groupe de travail, dont un des objectifs est le dialogue, doit rester ouvert et que tout en ne constituant pas le cœur des travaux, les sujets de préoccupation pour les uns ou pour les autres peuvent y être abordés.

### 4) Suite des travaux

Outre les séances plénières, il apparaît également nécessaire de réunir des groupes de travail thématiques. Pour plus d'efficacité, il est souhaitable que les participants à ces groupes soient en nombre limité. Véronique Cayla demande aux participants de bien vouloir organiser leur présence dans ces réunions<sup>11</sup> avec Anne Durupty.

Les thèmes et calendriers suivants sont arrêtés :

Publicité télévisée pour l'édition phonographique : mardi 3 février, 10h.

Concentration : relations édition / production / diffusion musicales : mercredi 11 février, 10h.

Exposition des nouveaux talents : mercredi 18 février, 10h.

Exposition de la musique classique et des autres répertoires : vendredi 20 février, 10h.

Production de contenus musicaux pour la télévision et partenariats : jeudi 26 février, 10h.

La prochaine réunion plénière du groupe de travail est fixée au jeudi 4 mars à 10h, avec l'ordre du jour suivant : -présentation par les télévisions privées de leur politique musicale, - point sur l'avancement des travaux.

---

<sup>11</sup> Ces réunions se tiendront à la Direction de la musique (DMDTS), 53 rue Saint Dominique.

Groupe de travail sur les relations entre télédiffuseurs et filière musicale  
Compte rendu de la réunion plénière du 4 mars 2004

Participants : Dominique Poussier (TF1), Edouard Boccon-Gibod (TF1), Jacques Collet (TF1-LCI), Michel Brossard (TF1 Entreprises), Yann Geneste (M6), Fabienne Clérot (France Télévisions), Marc de Florès (France 2), Alexandre Michelin (France 5), Jean-Marc Merriaux (France 5), Thierry Cammas (MCM/MEZZO), Gabrielle Babin (Arte), Pascal Aron (Arte), Marie-Christine Saragosse (TV5), Philippe Vannier (TV5), Jacques Blache (Musiques France Plus), Claude Gaillard (SACEM), Alain Buis (ADAMI), Jacques Haurogné (ADAMI), Bruno Lion (CSDEM), Aurélie Jimenez (CSDEM), François Derveaux (CEMF), Jérôme Roger (UPFI), Hervé Rony (SNEP), Antony Marschutz (SNAM), Dominique Pankratoff (UNAC-SNAC), André Nicolas (Cité de la Musique), Annie Tesson (DGCCRF), Anne Fauconnier (DGCCRF), Anne Sommerard (DGCCRF), Michel Plazanet (DDM), Valérie de Rozières (DDM), Danielle Sartori (CSA), Laurent Cormier (CNC), Marie Mas Moisy (CNC), Silvy Castel (DMDTS), Véronique Cayla, Anne Durupty.

## 1) Présentation par les chaînes privées de leur politique musicale

### Chaînes MCM / MEZZO

Le pôle musical de MCM fédère un ensemble de 5 chaînes musicales : **MCM**, première chaîne musicale et première chaîne thématique sur les jeunes (15-24 ans) en France ; **MCM Belgique**, première chaîne musicale en Belgique, N°1 sur les 12-24 ans, ce qui la situe dans le Top 10 du Paysage Audiovisuel Belge ; deux chaînes 100% clips destinées à compléter l'offre programmes Musique & Génération de MCM : **MCM TOP**, pour les 15-24 ans, ciblée sur l'actualité du disque et sur les meilleures ventes ; **MCM POP**, pour les adultes, ciblée sur la création musicale des années 80/90 jusqu'à nos jours ; **MEZZO**, la chaîne musicale classique/jazz/world, diffusée par câble et par satellite en France et en Europe.

Cette offre musicale est aujourd'hui l'expression d'une vraie diversité musicale, d'une réelle complémentarité et d'un engagement démultiplié au service de la musique :

- Diversité et complémentarité des **genres musicaux** : variété française et internationale, rap, pop/rock, R'nB/Groove, métal, classique, jazz, world, musiques traditionnelles, etc...
- Diversité et complémentarité des **artistes exposés** : confirmés, en développement, jeunes talents (y compris non signés avec les Tremplins MCM SESSION qui ont permis à des groupes comme KANA d'émerger).
- Diversité et complémentarité des **programmes exposés** :
  - o Vidéomusiques :
    - sur les chaînes MCM (programmation francophone à plus de 40% et européenne à plus de 60%),
    - mais aussi sur MEZZO (plus de 7 heures par jour),
    - une programmation belge sur MCM Belgique : jusqu'à 15% de la playlist,
    - la jeune scène musicale française – Têtes Raides, Fersen, Delerm, Keren Ann - qui a enfin son média avec MCM POP.

- Spectacle Vivant :
    - Sur MCM : 2 grands concerts par semaine et 20 concerts co-produits par an (DIAM'S, PLEYMO, etc...),
    - Sur MEZZO : de l'enregistrement d'un concert de KEZIAH JONES jusqu'à la captation d'ARIANE A NAXOS à l'Opéra Bastille,
    - y inclus en direct :
      - « Marathon INDOCHINE » (double concert à Paris/Bruxelles diffusé en direct sur MCM), événement EUROPE 2 Live simulcasté sur MCM,
      - Grand Prix de la Danse de Lausanne sur MEZZO.
  - Magazines :
    - le TOP 50 sur MCM avec Ness,
    - ULTRA METAL : les 2 seules heures de métal du PAF... et en plus interactives.
    - D'UN AIR ENTENDU (Daniela Lumbroso), MUSIQUES AU CŒUR (Eve Ruggieri), ORFEO (« Docu-Réalité ») sur MEZZO.
  - Journaux Télévisés :
    - le JDM, tous les jours, le seul 6 minutes musical du PAF, avec ses 700 sujets annuels dont 150 consacrés aux Jeunes Talents,
    - MEZZO MAG : tous les jours, le seul JT de l'actualité de la musique classique, du jazz et de la world. Produit par FR3 REGIONS, grâce au réseau SPYDER du groupe FRANCE TELEVISIONS, véritable banque de données de tous les sujets musicaux produits par les différentes rédactions régionales de FRANCE 3.
  - Documentaires Musicaux : co-production et diffusion de 4 à 8 documentaires inédits musicaux par mois.
- Diversité et complémentarité des **supports d'exposition** : en plus de l'écran de télévision :
- Sur le **terrain** avec les partenariats concerts/tournées : plus de 150 partenariats actifs par an avec MCM, plus de 100 concerts et festivals français et européens avec MEZZO.
  - Sur internet avec le portail musical **MCM.NET** : 2,5 millions de visites, 700.000 visiteurs uniques et 200.000 membres dans le Club MCM.NET.
  - En presse, avec le **MCMAG**, le 1<sup>er</sup> magazine musical gratuit en France (une sorte de « 20 Minutes » ou « Métro » de la Musique), 100.000 exemplaires en 52 pages ultra-enrichies, dans les 20 plus grandes villes françaises.  
A noter : **LE MENSUEL DE MEZZO** qui a plus de 10.000 abonnés en France et en Europe en plus d'être offert tous les mois aux abonnés du magazine CLASSICA.
  - En interactivité, avec **INFOCLIP** qui permet en temps réel sur MCM, MCM TOP et MCM POP de tout savoir, en un clic de télécommande, sur le clip en cours et les clips à venir.

Tous ces investissements et cette dynamique ont un seul objectif : mettre MCM et ses chaînes au cœur du cycle de la vie de la musique.

Toutes les chaînes MCM sont largement diffusées :

- MCM : environ 3,7 millions de foyers abonnés en France.
- MCM Belgique : environ 1,6 million de foyers (100% de pénétration) en Belgique.



- MCM TOP : environ 2,5 millions de foyers en France et 5 millions en Europe.
- MCM POP : environ 2,5 millions de foyers en France.
- MEZZO : plus de 2 millions de foyers abonnés en France et plus 8 millions en Europe.

Le nombre de téléspectateurs qui regardent en moyenne les chaînes MCM varie selon les antennes, les programmes et les horaires entre 5.000 et 200.000.

Pour affiner sa programmation, MCM dispose depuis septembre 2003, grâce à une synergie de moyens mise en place avec le Pôle Radio du Groupe LAGARDERE, d'un département de recherche musicale, outil unique d'étude et d'analyse dont MCM en France et MTV aux Etats Unis (et pas en Europe) sont les seules chaînes au monde à disposer.

Sans vouloir mettre en cause la programmation de MCM, l'UPFI s'inquiète de l'utilisation par la chaîne de ce type d'outil du fait de l'uniformisation à laquelle ils ont conduit en radio. Thierry Cammas précise que MCM a fonctionné depuis l'origine sans aucun outil de programmation, ce qui a constitué en soi un véritable handicap. En effet, concernant les formats longs, le Mediacabsat qui s'est récemment perfectionné constitue un outil précieux, mais rien n'existait concernant les vidéomusiques. Or, pour démultiplier l'exposition de la musique à la télévision et se lancer dans le développement, aux côtés de MCM, de deux nouvelles chaînes, composées à 100% de vidéomusiques, il était vital de pouvoir permettre aux responsables de la programmation de s'appuyer sur des outils de recherche en amont, ce qui n'induit aucun « formatage » de l'offre. Bien au contraire, cela permet de mieux positionner les chaînes dans leur contribution au cycle de la vie de la musique et à son exposition, de mieux programmer les artistes sur chaque chaîne et d'une chaîne à l'autre. Dans tous les cas, les partis pris artistiques restent prioritaires dans le choix des artistes et des titres programmés.

Pour l'approvisionnement des chaînes, **la vitalité de la production musicale** est bien sûr déterminante. Le constat est très négatif pour les répertoires autres que les musiques actuelles. Dans ces domaines, le « code minimal » de compréhension de la musique à la télévision que constituent les clips n'existe pas. Ceci contribue à en empêcher un large partage, une réelle accessibilité et à garder confidentiels la musique classique, le jazz et les musiques du monde. Thierry Cammas se réjouit des évolutions en cours au CNC et au FCM qui vont permettre d'aider la production de produits courts dans ces secteurs. Les éditeurs phonographiques pourront ainsi relancer de façon compétitive la promotion de leurs artistes et MEZZO, en jouant enfin son vrai rôle de « vraie » chaîne musicale sur les répertoires classique/jazz/world, pourra prétendre à contribuer activement à la chaîne de création de valeur de la filière ; et ce, de façon aussi active et à l'identique de ce que font les chaînes MCM dans le domaine de la variété.

Dans ce domaine de la variété, l'inquiétude existe face aux difficultés économiques actuelles des maisons de disques et à leurs retombées sur la production de vidéomusiques. Il y a moins d'artistes en portefeuille, moins de nouveautés et moins de vidéomusiques. Il semble toutefois que dans une première période l'ajustement se soit fait sur le volume de clips produits, et qu'il se fasse maintenant plutôt sur le budget moyen des clips avec une remontée quantitative de la production. Les représentants des producteurs confirment cette tendance.

Hervé Rony explique que les clips connaissent de fait une situation de crise latente, car s'ils sont toujours nécessaires, ils ne sont plus du tout suffisants pour mettre en valeur l'image d'un artiste.

Pour Jérôme Roger, il faudrait surtout s'intéresser à d'autres formats que les clips, même si ceux-ci sont nécessaires pour alimenter les antennes. Il est indispensable que les modes d'exposition des artistes se diversifient, par exemple par des portraits de 26'. Il faut un engagement des diffuseurs en ce sens.

## TF1 – LCI

TF1 rappelle tout d'abord que selon les termes mêmes de son autorisation, elle est une chaîne généraliste, populaire et familiale. Elle doit donc s'adresser à l'ensemble des publics, répondre aux goûts du grand public et fédérer un maximum de personnes de toutes générations devant ses émissions. Il résulte de ces caractéristiques fondamentales, que **les variétés sont le genre majeur de l'offre musicale de la chaîne.**

Cette offre occupe une place importante en première partie de soirée : 36 prime time en 2003, contre 26 en 1996 et 20 en 2000. Ces chiffres sont révélateurs de la crise très inquiétante traversée par les variétés et les artistes dans la deuxième moitié des années 90. C'est le renouvellement des genres qui a permis de sortir de cette crise. Il a démarré avec *Stars à domicile*, puis avec *Tubes d'un jour* et, enfin et surtout, avec *Star Academy*. TF1 connaît les interrogations et critiques suscitées par l'émission au sein de la filière musicale, mais ne les partage pas. Elle considère que la « révolution » qu'a constituée *Star Academy* a réveillé la filière musicale à tous les stades. Lors de la dernière saison, ce sont 72 artistes très divers qui se sont produits dans l'émission.

Chaque année, TF1 diffuse aussi les plus grands événements musicaux : les *NRJ Music Awards* avec un plateau particulièrement prestigieux ; les *Restos du Cœur*, plus forte audience des émissions de variété ; la Fête de la musique ; les disques d'or avec la collaboration du SNEP.

TF1 est également la seule chaîne à proposer de grands concerts de variétés en prime time : Johnny Halliday, Céline Dion, Garou,...La chaîne soutient des artistes par la captation et l'achat de concerts qui sont diffusés en troisième partie de soirée, au nombre d'une vingtaine par an.

D'autres programmes musicaux de TF1 sont ouverts à une grande variété d'artistes :

- *C.L.A.C.*, programme court culturel hebdomadaire,
- *Hits and Co*, magazine musical, qui comprend des séquences d'actualité, des portraits, des clips inédits, le classement des meilleures ventes d'albums,
- quelques opérations (26 en 2003) de diffusion de vidéoclips, à raison de 2 à 3 diffusions par jour.

Dans le domaine de **la musique classique**, TF1 a diffusé en 2003 12 spectacles et 16 heures de concerts (pour une obligation de 12 spectacles et 10 heures de concert). Les spectacles sont diffusés le premier dimanche de chaque mois et les concerts le dimanche entre le 15 juin et le 15 septembre. Diffusées en quatrième partie de soirée, ces émissions rassemblent de 300 à 400 000 téléspectateurs. Leur budget annuel est d'environ 400 000 euros. TF1 diversifie ses partenariats et privilégie la qualité<sup>12</sup>.

---

<sup>12</sup> Pour le détail des spectacles et des partenaires, cf. compte rendu de la réunion du 20 février sur la musique classique.

Sur **LCI**, le magazine *MusiqueS* rend compte depuis 6 ans de l'actualité musicale : concerts, ballets, spectacles lyriques, portraits, sorties de disques et de livres, jazz, musique ethnique, ... *MusiqueS* colle au plus près de l'actualité musicale, en France et à l'étranger. Elle s'est par exemple rendue 7 fois au Japon et s'y est intéressée, notamment, aux actions conduites envers le jeune public. L'été, sous l'intitulé *Rencontres avec*, le format est plus talk.

Aidée à ses débuts par le fonds d'action de la SACEM, *MusiqueS* bénéficie maintenant du mécénat culturel de la Société générale.

Par cette émission, Jacques Collet a pu constater l'intérêt du public, y compris des jeunes générations, pour la découverte.

**TF1 Entreprises** intervient dans les secteurs des licences, des jeux et de la musique. La société n'a pas vocation à devenir une maison de disques et agit sous la forme de partenariats. Soit elle accompagne les maisons de disques sur des projets qui lui sont proposés, soit elle leur propose de décliner des produits dérivés des émissions de la chaîne. Deux structures interviennent : TF1 Musique qui est un département de TF1 Entreprises et Une Musique, filiale de TF1 Entreprises. Une Musique ne signe plus d'artiste ; elle agit en tant qu'éditeur graphique, principalement pour les musiques des fictions coproduites par la chaîne<sup>13</sup>.

Outre la co-exploitation avec Universal des artistes de la *Star Academy*, environ cinq partenariats sont conclus chaque année, dont la traditionnelle opération de l'été. Il s'agit d'opérations ponctuelles, limitées dans le temps (6 à 12 mois), qui prennent la forme d'une co-exploitation, avec un partage des charges et un partage des bénéfices à 50/50. Le clip est diffusé sur TF1 mais dans les mêmes conditions que ceux qui n'entrent pas dans une co-exploitation. Par exemple le clip de Madonna a été diffusé 75 fois et celui de Patrick Bruel 42 fois. Il n'y a en effet aucune implication de TF1 Entreprises dans l'antenne de la chaîne. TF1 Entreprises n'est pas co-producteur et donc n'a pas de droits de propriété sur le master. La société veille à un équilibre entre différentes maisons de disques et à la diversité musicale.

En 2002-2003, les opérations suivantes ont été conduites :

Shakira avec Sony  
I Muvrini avec Capitol  
Patrick Bruel avec BMG  
Priscilla avec Zomba  
Yves Duteil avec Inca  
Liane Foly avec Virgin  
Dan An Braz avec Sony

Pour Hervé Rony, de tels accords attirent l'attention, car ils mettent en jeu des dynamiques fortes et sont révélateurs de la structuration des marchés de la télévision et de la production phonographique autour de quelques acteurs très puissants, mais ils n'en comportent pas pour autant des « clauses troubles ».

---

<sup>13</sup> En réponse à une question de la SACEM, Edouard Boccon-Gibod rappelle que depuis le décret de 2001 sur les obligations de production des chaînes, celles-ci ne peuvent détenir des droits autres que de diffusion, que pour un tiers au maximum des œuvres qu'elles commandent. L'activité d'édition phonographique sur les œuvres de fiction se trouve ainsi limitée.

En réponse à Dominique Pankratoff, qui s'interroge sur la place que représente *Star Academy* au sein de l'offre musicale de TF1, Edouard Boccon-Gibod indique que 36 prime time sont dédiés aux variétés, dont 17 à *Star Academy*. Par rapport au volume total de la programmation musicale, la part de l'émission doit être d'environ 15%.

Dans le cas de *Star Academy*, la maison de disques partenaire a été choisie pour la première édition à la suite d'une consultation informelle de Sony, Warner et Universal, seule l'offre de celle-ci convenant au diffuseur. A l'issue de la deuxième édition, un appel d'offres a été lancé auprès de tous les acteurs du marché. Seuls deux ont répondu (Warner et Universal). L'accord conclu avec Universal est reconductible tant que l'émission est à l'antenne. La co-exploitation est entièrement gérée par Universal. Tous les participants signent un contrat d'exclusivité avec Universal qui est valable 18 mois. Ils peuvent ensuite le reconduire avec Universal ou contracter avec tout autre producteur. Universal s'engage à produire un single pour chaque participant et un single collectif.

Jérôme Roger considère que cette exclusivité portant non sur le seul gagnant mais sur la totalité des candidats et pour une période de 18 mois est excessive et constitue une entrave à la fluidité du marché. Edouard Boccon-Gibod fait cependant valoir que la durée de 18 mois est en fait courte, si on prend en compte le calendrier de *Star Academy* qui s'étale sur environ 13 mois : signature des contrats en juillet - août, émission de septembre à décembre, fin de la tournée en septembre suivant. Suite aux deux premières éditions restent à ce jour en contrat avec Universal : Jenifer, Mario, Nolwenn, Houcine, Georges Alain et Jean Pascal.

## M6

L'exposition de la musique sur M6 bénéficie d'une grande diversité. Le budget des programmes musicaux de la chaîne s'est élevé à 43 millions d'euros en 2003, contre 28 M€ en 2002. La tendance à la hausse devrait se poursuivre en 2004.

Les **clips** sont proposés selon les modalités suivantes dans les émissions quotidiennes :

- de 6 à 7 heures, 15 clips,
- de 7 à 9 heures du lundi au vendredi (sauf mercredi), de 8 à 10 clips,
- *Star six*, émission de 50 minutes à 10 heures du lundi au vendredi (sauf mercredi), quelques clips,
- dans *Tubissimo* à 11 heures du lundi au vendredi (sauf mercredi), 5 à 6 clips,
- dans *Duels de stars*, de 17 à 18 heures du lundi au vendredi (sauf mercredi), 3 à 4 clips,
- dans l'émission quotidienne *Alternatives*, 15 clips,
- chaque nuit, jusqu'à trois heures de clips programmées.

Au total, 1500 heures de clips ont été diffusées en 2003, européens à 89% et francophones à 61%. La diffusion des clips sur M6 représente pour 2003 un budget de 9 millions d'euros. M6 préachète un minimum de 150 clips. Le préachat prend la forme d'un nombre garanti de diffusions (40 ou 80). 21 clips ont été préachetés à des producteurs indépendants, aucun à M6 Interactions et 2 étaient coproduits par M6 Interactions.

La programmation d'**émissions musicales en prime time** a progressé en 2003 et représenté entre 40 et 50 diffusions. Il s'agit notamment des séries : *Absolument 70, 80, 90,...* des grands classements, des « 100% ». Le samedi à 20 heures est proposé le magazine d'information musicale *Plus vite que la musique*.

De **nombreux programmes musicaux** sont également proposés à différents horaires :

- *Hit Machine*, le samedi à 10h30 : actualité et classements,
- *Fan de*, le samedi à 11h45 sur l'actualité « people »,
- *Frequenstar*, diffusée sur un rythme trimestriel l'émission existe depuis 13 ans,
- *Pur doc* est un nouveau format qui traite de la carrière d'artistes,
- *Jazz 6* est diffusée en troisième partie de soirée le premier lundi du mois et relayée les autres lundis par la diffusion de concerts de jazz<sup>14</sup>,
- 170 heures de concerts d'artistes très variés ont été diffusées en 2003,
- *Alternatives* est la seule émission, sur une télévision hertzienne en Europe, à traiter quotidiennement de tous les genres musicaux, par thématiques ; elle rassemble environ 300 000 téléspectateurs.

M6 a été précurseur en matière d'**émissions de révélation de talents anonymes** avec *Graines de star* en 1996. Une soixantaine d'artistes professionnels en sont issus. Sous le format du documentaire, *Popstars* montrait la formation d'un groupe. *Nouvelle Star* porte également sur la révélation de nouveaux talents.

*T comme Talent* permet à 2 jeunes talents (dont aucun n'est lié à M6 Interactions) chaque mois de bénéficier de la diffusion de modules de 45'' représentant 6 à 8 millions de contacts pour 20 diffusions. En 2003, 45% du total des diffusions de vidéomusiques étaient des nouveaux talents.

Plus de 1000 artistes différents ont été diffusés en 2003, ce qui est supérieur aux réalisations de nombreuses radios musicales. De très nombreux artistes, aujourd'hui célèbres ont été soutenus par M6 dès leurs débuts.

Dans le domaine des **parrainages de concerts**, événements et festivals, le relais média apporté par M6 représente une valeur annuelle de 4 M€

Constatant le succès de M6 dans le secteur musical, Dominique Pankratoff demande pourquoi la chaîne avait voulu réduire son obligation de programmation musicale lors de la dernière renégociation de sa convention avec le CSA.

Yann Geneste explique que la chaîne se trouve « à la croisée des chemins » dans son processus de développement. Etant aujourd'hui une chaîne généraliste plus particulièrement orientée sur les moins de 50 ans, M6 a des contraintes d'audience, dont dépend sa croissance. Le format musical de M6 ne doit pas être un frein à son développement. Il s'agit donc de concilier ces contraintes avec les attentes de la filière musicale. Par ailleurs, M6 a toujours respecté ses obligations, voir été au-delà. Certains formats posent problème car leur mécanique limite l'audience. Il en est ainsi de la diffusion brute de vidéomusiques ; c'est pourquoi ceux-ci sont de plus en plus « habillés » et inclus dans des émissions intégrant également des éléments d'interactivité. Pour les prime time, les concepts basés sur des enjeux permettent de diffuser à ces horaires des émissions de variétés et d'exposer des artistes en développement tout en atteignant les audiences requises. Les cases de deuxième partie de soirée requièrent de trouver un bon angle de traitement et les émissions très spécialisées trouvent leur place en troisième partie de soirée.

---

<sup>14</sup> Le CSA fait remarquer que la part des inédits a baissé au sein de ces concerts.

Selon Jérôme Roger, les difficultés des labels indépendants avec M6 viennent précisément du fait que la chaîne respecte « facialement » ses obligations, tout en cherchant à s'en éloigner. Un exemple en est fourni avec *Nouvelle Star* ou *Popstars* qui ont représenté un poids considérable dans la programmation musicale de la chaîne : respectivement 81 et 41 heures. Or, *Nouvelle Star* bénéficie exclusivement à des sociétés du groupe (Fremantle, BMG, M6 Interactions). Ces émissions provoquent l'éviction d'autres artistes.

Yann Geneste indique que *Nouvelle Star* n'est en aucun cas « cannibalisante » pour d'autres émissions de variété. En effet cette émission de télé-réalité est diffusée le jeudi soir dans une case de télé-réalité et ne se substitue pas aux divertissements musicaux du vendredi soir. Concernant les relations à l'intérieur du groupe, elles font l'objet d'une grande vigilance. Ainsi, la part des clips issus de BMG dans la programmation de clips par M6 est inférieure à la part de marché de BMG sur les singles. Il n'y a aucune pression de la part de BMG, qui a d'ailleurs conclu des partenariats avec TF1. *Popstars* a fait l'objet d'un appel d'offres auprès des producteurs phonographiques ; dans le cas de *Nouvelle Star*, BMG et Fremantle étaient liées avant que M6 acquière l'émission.

## 2) Suite des travaux et calendrier

Véronique Cayla rappelle que se sont tenues au mois de février des réunions sur les thèmes suivants :

- publicité télévisée pour l'édition phonographique (3 février)
- concentration (11 février)
- exposition des nouveaux talents (18 février)
- musique classique et répertoires difficiles (20 février)
- production de contenus musicaux (26 février)

Les comptes-rendus de ces cinq réunions thématiques ont été adressés aux membres du groupe de travail. Des secondes séances sont prévues sur certains thèmes : concentration le lundi 8 mars à 17h, production le vendredi 19 mars à 10h, musique classique et autres répertoires le mercredi 24 mars à 16h.

Elle propose pour la suite, aux membres du groupe de travail qui en sont d'accord, la méthode et le calendrier suivants :

- d'ici à fin mars fin des réunions thématiques,
- début avril, tenue de la prochaine réunion plénière permettant de faire la synthèse des travaux des réunions thématiques,
- mi-avril à mi-mai, recueil des données et documents complémentaires venant étayer les réflexions du groupe, réunions thématiques supplémentaires, si nécessaire,
- fin mai, tenue d'une réunion plénière permettant à la filière musicale d'exposer ses positions et ses priorités à l'issue de ces travaux, dans la mesure du possible sous la forme d'une plate-forme commune,
- début juin tenue d'une réunion plénière, permettant aux dirigeants des télédiffuseurs de présenter leurs positions,
- remise du rapport d'étape au Ministre fin juin.

Les deux prochaines réunions plénières sont fixées au jeudi 8 avril à 10 heures et au vendredi 28 mai à 10 heures.

Groupe de travail sur les relations entre télédiffuseurs et filière musicale  
Compte rendu de la réunion plénière du 8 avril 2004

Participants : Olivier Zegna-Rata (Canal +), Mathieu Gallet (Canal +), Michel Brossard (TF1 Entreprises), Yann Geneste (M6), Marc de Florès (France 2), Hélène Peu Du Vallon (France 3), Thierry Cammas (MCM/MEZZO), Gabrielle Babin (Arte), Pascal Aron (Arte), Marc Pallain (NRJ Group), Alain Buis (ADAMI), Aurélie Jimenez (CSDEM), Jérôme Roger (UPFI), Hervé Rony (SNEP), André Nicolas (Cité de la Musique), Anne Fauconnier (DGCCRF), Michel Plazanet (DDM), Danielle Sartori (CSA), Laurent Cormier (CNC), Marianne Revoy (DMDTS), Silvy Castel (DMDTS), Véronique Cayla, Anne Durupty.

### **1) Présentation par Canal + de la politique musicale du groupe**

Avec la « méga-fusion » de 2000, Vivendi Universal est devenu un groupe leader de l'entertainment, au troisième rang mondial, conjuguant des activités dans la musique, le cinéma, la télévision et l'édition. En 2003, Groupe Canal + a réalisé un chiffre d'affaires d'environ 4 milliards d'euros et Universal Music Group 5 milliards d'euros, en repli par rapport à 2002 comme l'ensemble de ce secteur. Ces deux sociétés sont leader sur leur marché. Au niveau mondial, la part de marché d'Universal Music est de 25% et en France elle s'élève à 35%. La société est active dans tous les genres musicaux et exploite des catalogues très prestigieux. 60% du chiffre d'affaires d'Universal Music sont réalisés à partir des répertoires locaux. L'activité est également très importante en édition musicale avec la détention de plus d'un million de titres.

Canal + est leader de la télévision payante en Europe ; StudioCanal est le premier studio européen avec un catalogue de 5 000 films (troisième catalogue au niveau mondial).

Depuis ses origines en 1984 la chaîne Canal + a occupé une place importante dans la diffusion de musique. On retiendra le premier hit parade diffusé à la télévision, les plateaux de Nulle Part Ailleurs pendant plus de 10 ans, les soirées spéciales autour de films musicaux et les concerts.

En 1993, la chaîne a créé une structure d'édition musicale destinée à gérer les droits des jingles, habillage sonore et musiques d'émissions ; structure qui existe toujours en tant que département de StudioCanal et réalise un chiffre d'affaires d'environ 2 millions d'euros avec une équipe de trois personnes.

En 2001, le groupe a eu la volonté de créer des passerelles et de développer des synergies entre ses différentes activités. Une structure commune a ainsi été établie pour produire et commercialiser des bandes originales de films : La Bande Son. Elle a démarré son activité en mai 2001 et a investi cette même année 450 000 euros. Elle intervenait soit comme producteur délégué, soit comme producteur exécutif, notamment sur les musiques des séries TV produites par Expand. Cependant, les résultats n'ont pas été au rendez-vous. En 2002, La Bande Son a recentré son activité en abandonnant la production exécutive. Elle a produit les BO d'une quinzaine de films. Les résultats n'ont toujours pas été concluants. La société a été restructurée en 2003 et rattachée à StudioCanal. Cette activité a été récemment arrêtée (la dernière opération porte sur la BO du film Le Convoyeur qui doit sortir mi-avril 2004). Le



groupe a dû se résoudre à constater, qu'hormis de rares exceptions, il n'y avait pas de rentabilité sur le marché de niche que constituent les musiques de films.

En ce qui concerne l'exposition de musique à l'antenne, celle-ci a été quasiment abandonnée. En effet, dans la période actuelle de redéfinition de l'antenne et de reconstruction de la grille en clair et de l'image de la chaîne, les priorités sont, d'une part, le cinéma et le sport piliers des abonnements, d'autre part, la fiction, l'information et les documentaires. La musique fait l'objet de réflexions et reviendra certainement dans l'offre en clair de la chaîne, mais ces réflexions ne sont pas abouties à ce jour.

Hervé Rony confirme au nom de Pascal Nègre qu'il n'y a effectivement à l'heure actuelle aucune synergie mise en œuvre ou prévue entre Canal et Universal dans le domaine musical. Jérôme Roger regrette la disparition de la musique de l'antenne de Canal +. La qualité de l'offre de la chaîne, sa diversité, sa « contre-programmation » intelligente, permettaient une mise en valeur très appréciée des artistes. La filière musicale souhaite que Canal + réexamine sa politique dans ce domaine et, par exemple, envisage la programmation d'un magazine d'actualité musicale.

## **2) Synthèse des débats et suite des travaux**

Véronique Cayla remercie les membres du groupe de travail de leur participation active aux réunions thématiques.

Le document de synthèse diffusé avant la réunion sous forme de document de travail est présenté par Anne Durupty ; sa version définitive intégrera les modifications souhaitées par les membres du groupe de travail.

En ce qui concerne l'aboutissement des travaux de la commission, Hervé Rony rappelle que trois voies sont envisageables : - un accord interprofessionnel qui devra surmonter la difficulté résultant des caractéristiques très différentes des télédiffuseurs concernés (dans le cas de l'accord radio, il y avait un minimum d'homogénéité des radiodiffuseurs),- des adaptations des cahiers des charges et conventions,- ou des mesures législatives. Un des objectifs sera de garantir un certain niveau d'offre musicale. Pour Jérôme Roger un « conflit d'intérêts » objectif existe entre télévisions et maisons de disques, du fait que leurs activités respectives s'inscrivent dans des durées très différentes. Développer la carrière d'un artiste suppose de gros investissements à risques et des années de travail. Les diffuseurs travaillent sur le plus court terme, avec des préoccupations d'audience et la volonté de limiter leurs prises de risques. C'est cette contradiction qu'il faut s'efforcer de résoudre, sachant que les producteurs sont tout à fait conscients des contraintes du prime time.

Marc Pallain estime qu'on ne peut pas traiter le thème des relations entre télévisions et filière musicale sans tenir compte de l'avenir de la télévision numérique de terre (TNT). Cette nouvelle offre comprendra deux chaînes musicales et une partiellement musicale (celle du groupe NRJ). Il s'agit d'une chance historique pour le pluralisme de l'offre télévisuelle gratuite et aussi pour la musique, puisque les chaînes thématiques musicales actuelles sont payantes. De plus, le numérique permettra une qualité de son incomparable et une réception en mode nomade. L'industrie musicale s'était mobilisée au moment de l'appel d'offres du CSA et Marc Pallain considère qu'elle devrait s'employer aujourd'hui à faire accélérer le lancement effectif de la TNT, contre lequel résistent les groupes en place.

Outre la TNT, les développements technologiques permettent d'envisager d'autres types de diffusion de musique. Un des multiplex de la TNT (R5) est disponible. Il pourrait être utilisé (à hauteur de la moitié de sa capacité) pour une diffusion en DVB-H, ce qui permettrait d'offrir jusqu'à 15 chaînes de télévision (par exemple les chaînes gratuites de la TNT), 50 programmes radiophoniques et des services de téléchargement sécurisés. Les récepteurs pour cette norme sont en cours de développement par plusieurs constructeurs. Ils allieront réception de services de télécommunication et de radiodiffusion ; proches des téléphones portables actuels ils seront particulièrement adaptés à la consommation des jeunes. NRJ plaide pour que de tels services soient lancés, et qu'ils relèvent du droit de la communication audiovisuelle (gratuité des fréquences ; autorisations du CSA) et non des télécommunications. La diffusion numérique peut donc contribuer à résoudre la crise des modes de distribution que connaît la musique.

Olivier Zegna-Rata fait part de l'accord de Canal+ sur les positions exprimées par NRJ, à quelques nuances près : souhait d'un démarrage plus tardif de la TNT payante par rapport à la TNT gratuite, intérêt pour les petits récepteurs DVB-H mais inexistance de ceux-ci à l'heure actuelle, préférence pour une répartition de ces services entre tous les multiplex plutôt qu'une concentration sur le R5, doutes sur le niveau de sécurisation des téléchargements permis par le DVB-H.

Véronique Cayla estime que le groupe de travail doit prendre en considération dans sa réflexion ces enjeux à la fois proches dans le temps et très importants. Une réunion thématique sur les enjeux de la diffusion numérique est fixée au mercredi 5 mai à 16 heures, à la DMDTS (53 rue St Dominique, 75007).

La prochaine réunion plénière est confirmée au 28 mai (10h, rue de Valois), avec à l'ordre du jour la présentation de ses demandes par la filière musicale.

Groupe de travail sur les relations entre télédiffuseurs et filière musicale  
Compte rendu de la réunion plénière du 28 mai 2004

Participants : Edouard Boccon-Gibod (TF1), Michel Brossard (TF1 Entreprises), Yann Geneste (M6), René Bonnell (France Télévisions), Fabienne Clérot (France Télévisions), Marc de Florès (France 2), Yves Bigot (France 2), Thierry Cammas (MCM/MEZZO), Pascal Aron (Arte), Olivier Zegna-Rata (Canal +), Mathieu Gallet (Canal +), Philippe Vannier (TV5), Marc Pallain (NRJ Group), François Derveaux (CEMF), Bruno Lion (CSDEM), Aurélie Jimenez (CSDEM), Patrick Zelnik (Naïve - UPFI), Jérôme Roger (UPFI), Hervé Rony (SNEP), Antonie Cartier (SNEP), Yves Riesel (Abeille Musique - SNEP), Claude Gaillard (SACEM), Dominique Pankratoff ( UNAC), Jean-Marie Moreau (SNAC), Emmanuel de Rengervé (SNAC), André Nicolas (Cité de la Musique), Valérie de Rozières (DDM), Danielle Sartori (CSA), Laurent Cormier (CNC), Claire Lamboley (DMDTS), Marianne Revoy (DMDTS), Silvy Castel (DMDTS), Véronique Cayla, Anne Durupty.

**Véronique Cayla introduit cette réunion plénière** en précisant qu'elle doit être replacée dans le cadre des objectifs du groupe de travail, tels que le ministre les a fixés. Il ne s'agit pas de faire un état des lieux de la présence de la musique à la télévision, assorti de diverses préconisations, car cela a déjà été fait à plusieurs reprises. Le but est de parvenir à un « diagnostic partagé » entre les représentants de la filière musicale et les télédiffuseurs puis, dans une deuxième phase et dans la mesure du possible, à un accord interprofessionnel. Les deux principaux objets du débat sont, d'une part, l'exposition de la musique et, d'autre part, les conséquences des phénomènes de concentration entre activités de télédiffusion et de production musicale.

Les discussions qui se sont tenues jusqu'ici au cours de 4 réunions plénières et 9 réunions thématiques<sup>15</sup> ont dû permettre aux uns et aux autres de se forger une opinion sur les problèmes auxquels ils sont confrontés et les moyens de les traiter.

Ainsi qu'il en avait été convenu lors de la dernière réunion plénière, les représentants de la filière musicale doivent exposer leurs positions et les mesures qui leur semblent nécessaires.

Dans une séance suivante, à horizon d'un mois, ce sont les télédiffuseurs qui livreront leur diagnostic.

Sur ces bases un rapport d'étape pourra être remis au ministre, présentant la synthèse des débats et les positions respectives des parties intéressées et tirant de premières conclusions par rapport à l'objectif de parvenir à un accord interprofessionnel.

Jérôme Roger explique que va être présenté un **document en trois points** (texte joint ci-dessous) :

- **l'exposition des nouveaux talents et des répertoires spécialisés,**

---

- <sup>15</sup> Rappel des thèmes de ces réunions : Publicité télévisée pour l'édition phonographique, Concentration, Exposition des nouveaux talents, Musique classique et autres répertoires, Production de contenus musicaux, Enjeux de la diffusion numérique.

- **les règles propres à assurer la diversité des contenus et le pluralisme des opérateurs dans la programmation musicale,**
- **le financement des programmes musicaux.**

A ce stade, il n'est pas prévu d'entrer dans le détail des procédés juridiques envisageables pour la mise en œuvre des différentes propositions.

L'ensemble des organisations de la filière musicale représentées au sein du groupe de travail sont d'accord sur ce document à quelques divergences près qui seront signalées, notamment concernant les accords au rendement qui font l'objet de vifs débats au sein de la filière.

Patrick Zelnik souhaite préciser que le ministre a récemment réuni la filière musicale autour de la crise du disque. A alors été rappelé qu'outre la piraterie, l'exposition de la musique dans les médias – radio et télévision – est une des autres causes de cette crise. On constate également des déséquilibres dans les relations entre diffuseurs et producteurs de musique, les premiers se trouvant en position dominante et les seconds en situation de dépendance. Dans ce contexte, la situation de la production musicale est catastrophique et réclame un plan « Orsec », alors que sa survie est en jeu. L'objectif n'est pas de présenter un « cahier de doléances », mais de parvenir à un nouvel équilibre respectant le métier et les marges des producteurs.

Hervé Rony, Jérôme Roger et Bruno Lion présentent successivement les trois parties du document de propositions de la filière musicale.

Jérôme Roger rappelle que l'ensemble de la filière souhaite que Canal + renoue avec la diffusion de programmes musicaux. La non mention de cette chaîne dans le document constitue donc une omission.

Dominique Pankratoff confirme que les auteurs et compositeurs sont globalement d'accord sur les propositions présentées, mais opposés à la reconnaissance explicite et donc la légitimation - a fortiori par le ministère de la Culture – des accords au rendement (tant en télévision qu'en radio). De tels accords constituent, en effet, une grave dérive alors que seule la programmation artistique devrait être prise en compte.

Concernant la **musique classique**, un document spécifique complémentaire (texte également joint ci-dessous) est présenté par François Derveaux.

Véronique Cayla remercie les représentants de la filière musicale pour leur présentation et le travail accompli. Elle estime comme un résultat important le fait que la filière soit globalement d'accord sur une plate-forme commune.

La date de la prochaine réunion plénière, au cours de laquelle les diffuseurs exposeront leurs positions est à confirmer.

## **PROPOSITIONS DES REPRESENTANTS DE LA FILIERE MUSICALE DANS LE CADRE DU GROUPE DE TRAVAIL MUSIQUE ET TELEVISION PRESIDE PAR VERONIQUE CAYLA**

### **I – L'exposition des nouveaux talents et des répertoires spécialisés**

Au cours de la dernière décennie, le volume d'heures de musique à la télévision a été multiplié par quatre grâce au développement des chaînes thématiques dans l'univers de l'offre du câble et du satellite.

L'impact de cet élargissement de l'offre musicale en télévision reste néanmoins relativement faible dans la mesure où cette offre reste aujourd'hui limitée à 30 % des foyers.

La filière musicale s'est donc mobilisée pour pallier le risque de "ghettoïsation" de la musique dans une offre assez confidentielle et pour éviter que les grandes chaînes hertziennes se "défossent" de leurs engagements en matière de programmation musicale sur leurs filiales de l'univers du câble et du satellite.

Si l'exposition des nouveaux talents et des répertoires spécialisés à la télévision est une question essentielle, les attentes de la filière musicale sont différentes selon qu'il s'agit des chaînes du service public ou des chaînes hertziennes privées.

#### **● LES CHAINES HERTZIENNES PRIVEES.**

##### **→ TF1**

En matière de musique, les obligations de TF1 sont limitées à la programmation d'un minimum annuel de dix heures de concerts (donnés par des orchestres français, nationaux ou régionaux).

La filière musicale souhaite l'élargissement des obligations de TF1 à plus de programmes musicaux, mettant en avant un plus grand nombre d'artistes et un plus grand nombre de répertoires.

Concrètement :

- ***l'offre actuelle de TF1 en matière d'émissions de variétés en prime time pourrait être pérennisée par son inscription au sein de la convention avec le CSA au minimum à son niveau actuel*** (36 émissions de variété en prime time au cours des 12 derniers mois dont 17 émissions de Star Academy). Cet engagement par convention en matière d'émissions de variétés serait assorti de conditions quantitatives en matière de nouveaux talents qui, avec la définition adoptée par le CSA pour le domaine de la radio, représentent aujourd'hui une large palette d'artistes et de répertoires.

- ***l'offre actuelle de TF1 en matière de diffusion de concerts de musique classique pourrait être conventionnellement maintenue et élargie à autant (10 par an au minimum) de concerts de jazz.***
- ***L'offre actuelle en matière d'information sur l'actualité musicale doit être renforcée.***

La place consacrée par le groupe TF1 à l'actualité musicale est extrêmement faible. Hits and Co a été diffusée à des heures très tardives et aujourd'hui, l'actualité musicale n'a de place que sur LCI (MusiqueS) dont l'audience est loin d'atteindre celle de TF1.

#### **→ M6**

Il est primordial que M6 garde et développe son statut de chaîne musicale.

C'est en effet M6 qui consacre le plus de temps d'antenne à la musique, dans le respect de sa convention.

Les attentes de la filière musicale vis à vis de M6 sont donc plus qualitatives que quantitatives :

- recentrer la programmation musicale sur les heures d'écoute significative,
- développer la participation des nouveaux talents aux émissions de prime time.

**☛ *Si aujourd'hui, les nouveaux talents représentent un maximum de 20 % des émissions de prime time, ce chiffre doit être un minimum.***

**☛ *Il est indispensable que les nouveaux talents (et l'ensemble des artistes) interprètent leur propre répertoire et non des golds : l'interprétation des golds doit être limitée aux participants aux émissions de télé réalité telle que la Nouvelle Star.***

#### **● LES CHAINES DU SERVICE PUBLIC**

**Tout en saluant les efforts entrepris par certaines équipes de France Télévision, en particulier de France 2, depuis deux ans, la filière musicale juge insuffisante la place réservée structurellement à la musique par les chaînes du service public.**

Ces chaînes doivent être le relais de la création artistique et culturelle française et doivent prendre des risques que ne peuvent assumer les chaînes commerciales.

Le contrat d'objectifs et de moyen du groupe public doit prévoir des engagements qui vont au delà de la diffusion de spectacles vivants.

Cela passe par :

#### **→ Pour France 2**

- ***L'assurance de pérennité d'émissions de musiques actuelles sur le modèle de celles en place actuellement : CD Aujourd'hui, Top of the pops, Trafic.***

Il est par ailleurs indispensable que Trafic, magazine musical de France 2 en deuxième partie de soirée, dont la programmation n'est pas régulière, puisse devenir un véritable rendez-vous au moins bimensuel.

**- L'instauration d'une émission régulière de variété sous forme de rendez-vous en prime time,**

**- le développement de la diffusion de documentaires audiovisuels musicaux consacrés soit à des artistes soit à des familles musicales en deuxième partie de soirée.**

**→ Pour France 3**

**Force est de constater que France 3 ne manifeste aucune implication forte, permanente et efficace.**

**France 3 doit pourtant jouer un rôle de promotion des répertoires spécialisés complémentaire de celui de France 2 et qui va bien au delà des réalisations actuelles** (diffusion ou présentation de 4 à 5 heures en moyenne chaque semaine de musique classique à des heures tardives).

Il est donc impératif, de programmer les émissions actuelles à des heures d'écoute significative (deuxième partie de soirée) et, en tout état de cause :

**- diffuser en prime time un rendez-vous régulier classique et jazz,  
- développer fortement son offre de programmes régionaux sur l'actualité du spectacle vivant en région, par la diffusion d'au moins une émission hebdomadaire dans chaque région. Un « best of » de ces émissions serait repris par l'antenne nationale.**

France 2 comme France 3 doivent pleinement être la vitrine des nouveaux talents que ce soit au travers des rendez-vous (classique, jazz ou variétés) en prime time ou par le biais des émissions en deuxième partie de soirée (magazines, documentaires audiovisuels).

L'émission « CD'Aujourd'hui » devrait trouver sa correspondance sur France 3 pour ce qui concerne le classique.

**→ Pour TV5**

A l'heure où la musique française commence seulement à véritablement « s'exporter » en Europe, il est indispensable que TV5 continue à diffuser un volume important de vidéomusiques.

**Enfin, la filière musicale, demande que soit imposé aux chaînes du service public un budget minimum de production d'émissions musicales.**

**● LES CHAINES SPECIALISEES DU CABLE ET DU SATELLITE**

Même si l'offre musicale des chaînes du câble et du satellite est toujours très confidentielle au regard de nos principaux partenaires européens, la filière musicale se félicite des initiatives prises par les principaux opérateurs.

Soulignons la relative importance de la programmation des nouveaux talents francophones sur MCM et Mezzo et rappelons que cette dernière est une des trop rares fenêtres d'exposition pour la musique classique, jazz et les musiques du monde.

Dans le contexte actuel, et considérant les limites des aides à la production de vidéomusiques (très sélectives, trop peu importantes en nombre et en montant), les professionnels de la musique s'inquiètent toutefois vivement de l'avenir de ce type de productions. Même si dans le modèle actuel le clip ne peut avoir de rentabilité propre (sauf de très rares exceptions), il est devenu indispensable au renouvellement des talents et à la diversité musicale, tout comme à l'exportation des musiques françaises. Il joue aussi un rôle clef de vivier et de laboratoire quant à la réalisation audiovisuelle. Il est évidemment l'un des éléments clefs de la programmation de ce type de chaîne.

#### ● LES CHAINES SELECTIONNÉES POUR LA TNT

La filière musicale, tout en se félicitant de l'offre de nouvelles chaînes retenues par le CSA en octobre 2002, reste particulièrement attentive au développement de la TNT musicale. Concernant le secteur public tout particulièrement, il est indispensable que la musique occupe une place privilégiée dans la programmation de la chaîne Festival.

La filière musicale demande donc à ce que les obligations de cette chaînes en matière de programmation et d'investissements dans les programmes musicaux soient fixées à un niveau élevé dans son cahier des charges.

Enfin, la TNT est appelée à jouer un rôle important dans la diffusion musicale à la télévision, il s'agit bien d'un rôle de complément qui ne peut pas se substituer à celui des actuelles chaînes hertziennes.

D'une manière générale, le pari de la TNT doit être tenu.

L'offre de programmes musicaux des chaînes retenues par le CSA étant satisfaisante, la filière musicale est très attachée à ce que le calendrier prévoyant un démarrage au cours du premier trimestre 2005 soit respecté.



## II – LES REGLES PROPRES A ASSURER LA DIVERSITE DES CONTENUS ET LE PLURALISME DES OPERATEURS DANS LA PROGRAMMATION MUSICALE

Dans un contexte général de rareté de la place des musiques à la télévision, on constate deux phénomènes :

- Toutes les chaînes qui jouent un rôle significatif dans la diffusion de musiques utilisent de plus en plus souvent l'image de certains artistes comme élément de leur image. Pour cela, elles ont logiquement tendance à concentrer leur diffusion musicale autour des artistes qu'elles ont choisis.
- En outre, sous le double effet des politiques de diversification des chaînes, et des stratégies des maisons de disques face au prix des espaces publicitaires et à l'explosion des budgets de marketing, plusieurs diffuseurs privés sont devenus des opérateurs significatifs du marché de la musique.

Ces deux évolutions conjuguées posent trois problèmes :

- ✓ Une question de diversité de l'offre : Même à niveau de diffusion de musique égal, si cette diffusion devait se concentrer autour d'un nombre plus réduit d'artistes et d'œuvres, l'importance d'un accès à une diffusion « efficace » est telle qu'il y a un risque d'appauvrissement de la filière, dont tous les acteurs souffriraient à terme. Les objectifs affichés par les pouvoirs publics et l'intérêt commun de toute la filière imposent d'organiser un suivi régulier et durable d'au moins quelques données clefs.
- ✓ Une question de concurrence : le rôle vital des médias pour la filière musicale, et le positionnement particulier des filiales d'édition et de production des chaînes de télévision, créent un doute quant à la finalité de certaines programmations qu'il nous appartient ensemble de lever en organisant un minimum de transparence dans le respect du secret des affaires et du droit de la concurrence, notamment.
- ✓ Une question de respect du public : A l'image de l'obligation des médias quant à la neutralité de l'information, n'y a-t-il pas au moins un présupposé de neutralité des médias quant à la programmation ? D'où sans doute la nécessité de réfléchir à jusqu'où doit aller la transparence : n'avons-nous pas au moins un devoir d'informer le public lorsqu'une diffusion fait l'objet de contreparties (pécuniaires, ou même d'image) ?

Les professionnels de la musique souhaitent que notre Groupe de travail, puisse déboucher sur la signature d'un accord inter-professionnel. A défaut, vu les enjeux, ils seraient contraints de s'en remettre au CSA, au Ministère et au législateur.

### • **Mesures visant à préserver la diversité de l'offre musicale des diffuseurs :**

- La part consacrée par une chaîne de télévision à la diffusion des phonogrammes ou des vidéomusiques qu'elle édite ou qu'elle produit directement ou par l'intermédiaire d'une société placée sous son contrôle, ainsi qu'aux phonogrammes ou vidéomusiques faisant l'objet d'un accord de partenariat avec un producteur de phonogrammes et/ou un éditeur de musique, impliquant de sa part le versement

d'une rémunération quelconque, ne peut excéder un pourcentage de la programmation musicale totale mensuelle d'une chaîne de télévision.

Pour l'application du présent engagement, les parties conviennent de déterminer un plafond de la programmation musicale totale mensuelle, y compris aux heures d'écoute significatives, [et ce, dans le cadre d'accords volontaires et bilatéraux entre maisons mères diffuseurs et toute filiale assurant une activité d'édition phonographique.]

- La présente règle doit également s'appliquer à la programmation en live d'artistes-interprètes dans l'ensemble des émissions musicales dont les enregistrements sonores ou vidéographiques entrent dans l'un ou l'autre des cas énumérés ci-dessus.
- En tout état de cause, les chaînes de télévision qui diffusent des vidéomusiques doivent s'engager à ne pas diffuser de vidéomusiques d'artistes qu'elles produisent ou qu'elles éditent directement ou par l'intermédiaire d'une société placée sous leur contrôle, ou qui font l'objet d'un accord de co-production ou de co-exploitation, au delà de la moyenne constatée :
  - sur les 80 plus fortes rotations de l'année précédente pour une chaîne de télévision musicale, ou à dominante musicale,
  - [sur les ... plus fortes rotations de l'année précédente pour une chaîne de télévision non musicale.]
- Les chaînes de télévision doivent s'engager à renoncer à toute incrustation ou procédé permettant de mettre en avant de façon particulière une vidéomusique produite, co-exploitée ou co-produite par elles-mêmes.
- Les chaînes de télévision ne doivent pas proposer aux artistes non professionnels (c'est à dire non titulaires d'un contrat d'exclusivité avec un producteur de phonogrammes) de conclure un contrat de première option ou d'exclusivité avec elles-mêmes à l'occasion ou à la suite de leurs prestations dans une émission programmée sur son antenne. Toutefois, cette interdiction sera levée si à l'expiration d'un délai de ( **3** mois ) suivant leur passage à l'antenne, le ou les artistes concernés n'auront pas été en mesure de conclure un contrat avec un producteur de phonogrammes.

• **Mesures visant à assurer l'égalité de traitement entre tous les acteurs de la filière musicale:**

- Compte-tenu des différentes formes de partenariat mises en oeuvre entre les chaînes de télévision, les producteurs de phonogrammes et/ou les éditeurs de musique, celles-ci doivent s'engager à proposer des conditions loyales et équitables aux producteurs et/ou aux éditeurs, c'est à dire conformes aux pratiques contractuelles communément exercées sur le marché de l'édition phonographique en matière d'accords de licence, de co-exploitation ou de co-production et sur celui de l'édition musicale. En toute hypothèse, les chaînes de télévision ne doivent pas réclamer ou exiger une quote-part quelconque des droits d'édition musicale relatifs aux œuvres faisant l'objet d'un droit de reproduction et/ou de communication au public, dans le cadre des contrats visés ci-dessus.

- Les chaînes de télévision ne doivent pas refuser l'exposition d'un artiste ou la diffusion d'une vidéomusique interprétée par ce même artiste, au motif que l'image, l'interprétation ou le style musical de cet artiste porteraient atteinte à l'exploitation d'un artiste comparable, produit, co-produit ou co-exploité par cette chaîne de télévision. La présente disposition vaut également pour la régie publicitaire d'une chaîne de télévision pour le cas où celle-ci refuserait de vendre de l'espace à un producteur au motif que l'artiste promu serait susceptible de faire concurrence à cette même chaîne de télévision.
- Une chaîne de télévision ne doit pas lier, directement ou indirectement, la programmation d'un artiste-interprète sur son antenne, sous quelque forme que ce soit, à la conclusion d'un accord de partenariat avec sa filiale discographique ou toute autre structure qu'elle se substituerait.
- D'une façon générale, la filière musicale entend rappeler la nécessité de prohiber le « pay per play ». On entend par « pay per play » le fait, pour un diffuseur et/ou un programmateur, de subordonner la programmation d'un artiste ou d'un enregistrement phonographique ou vidéographique au versement par un producteur phonographique ou un éditeur de musique d'une rémunération fixe ou variable basée notamment sur les ventes d'un phonogramme.

La filière musicale considère que les accords au rendement sont licites mais doivent être limités en nombre. Par accord au rendement, on entend un accord par lequel un producteur de phonogrammes propose à un diffuseur d'acheter de l'espace publicitaire sur son antenne afin de promouvoir ses enregistrements phonographiques dans le cadre de messages publicitaires en rémunérant totalement ou partiellement cet achat par le biais d'un intéressement sous forme de reversement commercial basé sur les ventes des supports correspondants.

La filière musicale considère de plus que la pratique des accords dits au rendement ne doit pas être prohibée unilatéralement, mais elles considèrent que la place réservée à ce type d'accord doit rester limitée sous peine de les transformer en « pay per play ».

En revanche, les accords au rendement doivent viser essentiellement des artistes n'ayant pas obtenu de disque d'or ou plus d'un disque d'or dans leur carrière.

En tout état de cause, un accès égal et transparent aux accords de partenariat devra être accordé par une chaîne de télévision à l'ensemble des producteurs phonographiques, quels qu'ils soient.

- Dans le cadre de l'accord inter professionnel, afin de permettre aux membres signataires de s'assurer du suivi et de la bonne exécution des engagements, les parties devront convenir de mettre en place un comité de suivi qui sera composé de ..... personnes désignées par les chaînes de télévision et de ..... personnes désignées par les autres signataires. Ce comité devra se réunir au moins deux fois par an, sous l'égide du ..... (à définir).

• **Mesures visant à renforcer la transparence :**

**- Obligation d'information :**

En tout état de cause, les chaînes de télévision devront s'engager à adresser de façon mensuelle à ..... les informations suivantes :

- un bilan quantitatif des clips diffusés au cours du mois précédent, incluant les informations suivantes :
  - nombre de diffusions intégrales,
  - nombre de clips différents diffusés,
  - pourcentage de diffusions de clips entre indépendants et majors,
  - total de diffusions des clips produits par chaque chaîne de télévision,
  - total de diffusions des clips ayant fait l'objet d'un accord de co-production ou de co-exploitation avec une chaîne de télévision.
  
- la part d'exposition des artistes produits, co-exploités ou co-produits par une chaîne de télévision sur son antenne, avec un détail concernant les émissions les plus importantes,
  
- la part réservée par une chaîne de télévision aux artistes produits, co-exploités ou co-produits par elle-même dans les bandes-annonces et messages auto-promotionnels diffusés sur son antenne, **ainsi que dans les jingles et l'illustration sonore des émissions.**
  
- La liste des 30 vidéomusiques les plus diffusées au cours du mois précédant, en précisant pour chacune l'identité de ayant-droits suivants : artiste-interprète, producteur phonographique, auteurs/compositeurs, éditeurs de musique.
  
- La liste des 30 oeuvres les plus exposées par une chaîne de télévision sur son antenne hors vidéomusiques au cours du mois précédant, en précisant pour chacune l'identité des ayant-droits énumérés ci-dessus.

**- Obligation de déclaration :**

Sur le modèle de ce qui existe aux Etats-Unis (« Payola Rules »<sup>16</sup>), la filière musicale souhaite que les diffuseurs s'engagent, sous des modalités à définir, à déclarer sur leurs antennes, lors de la diffusion d'un programme, si celui ci a fait l'objet d'un accord de partenariat quelconque avec un Producteur phonographique ou un Editeur de Musique.

Cette proposition permettrait d'améliorer la transparence des relations entre les diffuseurs et les producteurs phonographiques et éditeurs de musique.

Il est précisé en tant que de besoin que cette déclaration ne permettrait en aucun cas de liciter des pratiques, comme le « pay per play », qui sont prohibées par ailleurs.

---

<sup>16</sup> Section 317 du Communications Act de 1934, et Rule 47 C.F.R. § 73.1212 du règlement de la Federal Communications Commission (FCC)

### **III – LE FINANCEMENT DES PROGRAMMES MUSICAUX**

Comme l'ont une nouvelle fois démontré les travaux menés par la commission « production de contenus musicaux », l'amélioration de l'exposition de la musique en télévision passe nécessairement par une production de programmes musicaux adéquats, novateurs et de qualité.

De fait, une part significative de l'offre musicale en télévision est aujourd'hui dépendante non seulement des possibilités et des choix des diffuseurs, mais aussi de la bonne volonté et de la bonne santé du marché du disque : des clips (sans rentabilité propre) aux concerts (fournis gratuitement en échange de promotion), une grande part du système repose sur l'idée que les producteurs musicaux « peuvent payer » puisqu'ils gagneront sur les ventes de disques.

En ne parvenant pas à accorder de valeur monétaire propre aux programmes audiovisuels musicaux, ce « modèle pragmatique » contient ses propres limites. Il a surtout vécu, vu la crise profonde que traverse le marché du disque.

Il convient d'inventer de nouveaux modèles, en envisageant de nouveaux modes de partenariats entre producteurs musicaux et producteurs audiovisuels, et en dissociant ces productions de leurs différents modes d'exploitation (diffusion et sur support physique, notamment).

Il appartient à l'Etat, au CSA et au CNC d'accompagner et même d'inciter ces évolutions indispensables.

La filière musicale est convaincue du rôle moteur joué par les systèmes d'aides en ce domaine, qui doivent être adaptés et clairement renforcés en matière musicale.

Elle s'inquiète à ce sujet du traitement différencié qui semble lui être réservé par rapport aux autres métiers qui collaborent à la production des programmes audiovisuels musicaux.

- **Sur la part des aides attribuée à l'audiovisuel musical.**

La filière musicale regrette que les programmes musicaux ne reçoivent qu'une faible part de la totalité des aides destinées à la production de programmes audiovisuels par le COSIP : sur un montant total d'aides de près de 170,4 Millions d'Euros en 2003 (170,1 millions pour COSIP, plus le montant apporté par le CNC au Fonds audiovisuel musical du FCM<sup>17</sup>), les programmes musicaux ne sont aidés qu'à hauteur d'environ 14, 4 Millions d'Euros<sup>18</sup>.

**La musique ne reçoit dès lors qu'environ 8,4 % des aides à la production de programmes audiovisuels.**

---

<sup>17</sup> Environ 300 000 Euros

<sup>18</sup> CNC : aide à la captation et à la création de spectacles musicaux : 10,6 millions d'Euros/ aide aux vidéomusiques : 560 000 euros/ Documentaires musicaux : 2,43 Millions d'Euros/ Opérations spéciales (Victoires de la Musique Jazz/ Paris Jazz Club) : 410 000 Euros

Rappelons que le COSIP a pour objet de favoriser la production d'œuvres audiovisuelles destinées à être diffusées sur les chaînes de télévision française, afin de compenser le fait que la télévision utilise la création.

Or, la musique est aujourd'hui partie intégrante de l'audiovisuel. **Elle doit en conséquence recevoir une part d'aide conforme à l'importance qu'elle occupe réellement au sein de la diffusion télévisuelle.**

Pour estimer cette place de la musique à la télévision, il suffit de se référer au ratio de répartition de la redevance pour copie privée audiovisuelle à destination des ayants-droit de la musique (auteurs/compositeurs, artistes, producteurs de phonogrammes).

**Ces derniers reçoivent plus de 16% du total de la redevance<sup>19</sup>, le reste allant aux ayants-droit de l'audiovisuel.**

**La filière musicale demande donc un doublement de la part du COSIP attribuée à l'audiovisuel musical.**

Cette demande est d'autant plus justifiée que la filière musicale participe au financement du COSIP par le biais de ses investissements publicitaires et de la taxe parafiscale sur les supports vidéographiques, dont les DVD musicaux (2% du prix de détail HT). En 2003, on peut ainsi estimer qu'elle a abondé par ce biais le COSIP à hauteur de .....%.

- **Sur l'accès aux aides du COSIP**

Dans le cadre des nouvelles formes de coproduction qui doivent être inventées pour favoriser et développer la production de programmes audiovisuels musicaux adaptés et de qualité, il est indispensable que la filière musicale, producteurs phonographiques et/ou éditeurs de musique, puissent bénéficier d'un accès direct aux aides du COSIP :

D'une part, lorsque le producteur phonographique et/ ou l'éditeur de musique agit **en tant que producteur audiovisuel**, en prenant personnellement l'initiative et la responsabilité financière technique et artistique de la réalisation de l'œuvre audiovisuelle musicale et en en garantissant la bonne fin, il est bien entendu qu'ils doivent être aidés **dans les mêmes conditions** que les producteurs audiovisuels.

**D'autre part, lorsqu'ils assurent l'initiative et la responsabilité uniquement de la musique intégrée dans l'œuvre audiovisuelle et en garantissent la bonne fin, ils doivent également pouvoir bénéficier d'un accès direct aux aides du COSIP, parallèlement aux aides reçues par le producteur audiovisuel dont ils sont partenaires.**

- **Sur la définition de l'œuvre audiovisuelle retenue par le CNC**

Consciente des enjeux attachés à la définition de la notion d'œuvre audiovisuelle retenue par le CNC pour l'éligibilité au COSIP, et du débat qui existe à ce sujet, **mais convaincue néanmoins que les émissions de variété sont primordiales pour l'exposition de la musique en télévision**, la filière musicale propose que soit mise en place une solution intermédiaire qui pourrait être la suivante:

---

<sup>19</sup> Les auteurs-compositeurs de musique recevraient environ 33% de la part accordée au « collège auteur », soit 10% du total, les artistes musiciens environ 20% du « collège artiste », soit 6% du total, et les producteurs phonographiques environ 2% de la part producteur, soit 0,6% du total.

Les parties des émissions de variété consacrées à la diffusion d'œuvres musicales seraient considérées comme des œuvres audiovisuelles dès lors que la musique est illustrée de manière originale (chorégraphie ou autre) lors de l'interprétation.

En rendant ces nouvelles œuvres audiovisuelles éligibles aux aides du COSIP, ce système inciterait de plus les producteurs à enrichir et renouveler le traitement visuel de la musique dans ces émissions.

28/05/2004

## PROPOSITIONS SPECIFIQUES A LA MUSIQUE CLASSIQUE

Nous souscrivons aux propositions centralisées pour la filière musicale et y ajoutons quelques propositions spécifiques pour la musique classique.

La musique classique s'inscrit dans un temps de longue durée.

Les mesures à prendre pour l'inscrire dans le paysage audiovisuel, et particulièrement la musique contemporaine qui n'a aucune exposition actuellement, doivent s'inscrire dans cette longue durée.

Les créations de musique contemporaine n France, en moyenne sur cinq années, sont au nombre de 900 par an.

Sur ces 900 œuvres, 450 sont éditées en presque totalité par les maisons d'Editions françaises.

Cette création contemporaine place la France dans les premiers pays au monde pour la création qui s'arrête aux portes de l'audiovisuel.

Les grands Festivals (Présences, Musica) sont absents des écrans, même en courte présentation.

L'archivage de ces nombreuses créations n'est pas assuré actuellement, comme si l'audiovisuel ne connaissait pas ces rivages.

Les grandes œuvres du répertoire français du XX<sup>e</sup> siècle ont également très peu d'exposition dans le paysage audiovisuel.

Par ailleurs, l'accès à la musique classique chez les jeunes est particulièrement faible, puisque moins de 10% des jeunes de 15/19 ans ont assisté à un concert de musique classique.

Cette situation contrastée entre la création, la diffusion et le public, doit être résolue.

Nous formulons les propositions suivantes :

1. Création d'une chaîne musicale classique du service public, donc non cryptée, par exemple sur la TNT.
2. Cette chaîne devrait servir de relais pour les grands événements grand public, tels que :
  - Folles journées de Nantes,
  - Victoires de la musique classique,
  - La nuit de l'opéra,
  - Les très nombreux Festivals de musique, etc...

mais surtout aux créations lyriques, orchestrales, et de musique de chambre, nombreuses on l'a vu, en France.

Des formes attractives devront être imaginées pour modifier l'image statique et surannée de la musique classique.



3. En lien avec les écoles et conservatoires de musique de l'Education Nationale, cette chaîne servirait à la formation du jeune public dans les écoles, collèges (voire universités) participant ainsi à la mise en place des enseignements artistiques pour la musique.
4. Mise en place d'un fonds d'aide à la création de programmes courts de musique contemporaine.
5. Un établissement d'archivage devrait être créé pour conserver la trace des événements nombreux et dont l'avenir peut révéler leur importance. Cet établissement devrait pouvoir bénéficier des aides du COSIP. Des dispositions particulières devraient permettre de résoudre les problèmes de droits des auteurs, des interprètes notamment.

Cette action, dans la durée, devrait permettre à la musique classique de retrouver sa place dans le tissu social.

6. Toutes les dispositions proposées dans la note générale doivent être appliquées en tant que de besoin aux présentes propositions.

Groupe de travail sur les relations entre télédiffuseurs et filière musicale  
Compte rendu de la réunion plénière du 6 juillet 2004

Participants : Edouard Boccon-Gibod (TF1), Michel Brossard (TF1 Entreprises), Michel Rey (M6), Régis Ravanas (M6), Yann Geneste (M6), René Bonnell (France Télévisions), Fabienne Clérot (France Télévisions), Christopher Baldelli (France 2), Rémy Pflimlin (France 3), Daniel Goudineau (France 5), Gabrielle Babin (Arte), Olivier Zegna-Rata (Canal +), Mathieu Gallet (Canal +), Marie-Christine Saragosse (TV5), Jean-Marc Le Bugle (TV5), Marc Pallain (NRJ Group), Bruno Lion (CSDEM), Aurélie Jimenez (CSDEM), Stéphane Bourdoiseau (UPFI), Jérôme Roger (UPFI), Hervé Rony (SNEP), Antonie Cartier (SNEP), Pascal Nègre (Universal Music - SNEP), Christophe Lameignère (BMG Music – SNEP), Claude Gaillard (SACEM), Alain Buis (ADAMI), Dominique Pankratoff (UNAC), Jean-Marie Moreau (SNAC), Emmanuel de Rengervé (SNAC), André Nicolas (Cité de la Musique), Michel Plazanet (DDM), Danielle Sartori (CSA), Anne Fauconnier (DGCCRF), Laurent Cormier (CNC), Marie Mas-Moisy (CNC), Claire Lamboley (DMDTS), Marianne Revoy (DMDTS), Silvy Castel (DMDTS), Véronique Cayla, Anne Durupty, Laurence Franceschini, Séverin Naudet.

**Véronique Cayla introduit cette réunion** plénière en rappelant qu'après la réunion du 28 mai au cours de laquelle les représentants de la filière musicale avaient présenté leur "plateforme commune" de demandes et propositions, celle de ce jour est destinée à entendre les réponses des diffuseurs.

La prochaine étape consistera dans la remise de son rapport au ministre puis aux membres du groupe de travail fin juillet. Elle souhaite recueillir les réactions des membres du groupe de travail dans le courant de l'été. Une réunion plénière conclusive de cette première phase des travaux pourra alors se tenir en septembre, l'objectif étant de parvenir à un/des accord(s) interprofessionnel(s) à l'automne .

**Séverin Naudet** remercie les participants de leur présence et de leur implication dans les travaux qui ont été conduits. Il souligne l'attachement du ministre au thème de la diversité musicale à la télévision et son espoir que les travaux débouchent sur un accord satisfaisant pour l'ensemble des parties concernées.

**René Bonnell** rappelle les caractéristiques essentielles de la politique musicale du groupe **France Télévisions**. Même si des améliorations peuvent encore être réalisées, des efforts importants ont été accomplis pour mettre en valeur sur les antennes du groupe tous les genres musicaux. Hors séquences d'information et magazines généralistes, l'offre musicale quotidienne du groupe s'élève à environ 2h30. Dans le cadre du contrat d'objectifs et de moyens, plusieurs initiatives concernent le secteur musical : diversité des genres, premières parties de soirée, journaux télévisés, couverture des manifestations culturelles. L'accord avec l'opéra de Paris portant sur la retransmission de 6 spectacles par an a été renouvelé.

Cette politique peut bien sûr être intensifiée, mais le groupe est sur le bon chemin. Quant au thème de la concentration verticale abordé dans la plate-forme de la filière, France Télévisions considère ne pas être concernée.

**Christopher Baldelli** expose les initiatives prises par **France 2** dans le domaine musical au cours des deux dernières années :

- L'accompagnement des *Victoires de la Musique* par des programmes courts ; il souligne l'aspect symbolique d'une telle exposition des artistes ;
- les parrainages de concerts ;
- la mise à l'antenne de *Top of the Pops* ;
- celle de *CD'Aujourd'hui* ;
- l'émission *Traffic* ;
- les opérations autour du disque de l'été / de l'hiver.

Ces nouveautés s'ajoutent aux programmes traditionnels de la chaîne dans le domaine de la musique classique et des variétés.

Cette large palette d'émissions, de formats et de genres garantit la diversité musicale. Cependant, la musique n'est pas un genre facile à traiter par une grande chaîne généraliste comme en témoignent des résultats d'audience mitigés. En réponse à Véronique Cayla, Christopher Baldelli précise que les émissions récentes devraient être durablement installées à l'antenne ; concernant *Traffic*, la priorité n'est pas une programmation plus régulière, mais une réflexion sur le contenu même du programme et son concept éditorial.

L'exposition de la musique par **France 3**, explique **Rémy Pflimlin**, concerne l'antenne nationale et les antennes régionales. Pour le national, il cite :

- une soixantaine de captations d'événements en 2003 ;
- la diffusion d'opéras en journée le dimanche pendant l'hiver ;
- les *Victoires de la Musique classique* ;
- le grand prix de l'Eurovision ; sa prochaine édition sera précédée de soirées préparatoires et France 3 diffusera également l'Eurovision des enfants qui existe déjà dans plusieurs pays européens.

La politique régionale de France 3 passe par le plan "Horizon 2008", selon lequel la chaîne doit doubler le volume horaire de programmes régionaux. Un des axes majeurs est l'augmentation de l'offre culturelle sur les 13 antennes régionales, dont la diffusion d'événements musicaux.

Les captations, souvent réalisées en partenariat avec les collectivités locales, sont déjà une réalité, avec des diffusions sur les antennes régionales les samedi et dimanche après-midi et le mercredi en deuxième partie de soirée. La musique classique se trouve ainsi exposée à de très bons horaires ; ce fut le cas récemment de l'Orchestre de Lille un dimanche après-midi.

En ce qui concerne les sujets diffusés dans les journaux régionaux relatifs à des événements musicaux, ils se sont élevés à 2 622 en quatre mois. Toute manifestation musicale fait nécessairement l'objet d'un sujet. En outre, les régions proposent des magazines consacrés aux spectacles et aux actualités culturelles.

**Daniel Goudineau** présente la politique de **France 5**. La chaîne n'a pas vocation à retransmettre des spectacles. Conformément à sa mission de partage de la connaissance, elle doit faire découvrir et partager la musique et les autres arts.

Cette politique s'illustre par trois types de programmes.

- Des documentaires autour de deux axes : suivre un artiste ; faire comprendre la préparation d'un spectacle, dans des genres musicaux variés.
- Des magazines interdisciplinaires : *UBIK* avec la séquence Platine UBIK. Dans la perspective de la TNT, la chaîne réfléchit à la programmation en access prime time, d'un magazine sur les cultures urbaines.
- Des rendez-vous musicaux sur le thème de la mémoire et du patrimoine musical (*Chansons d'une vie ; Ecoute, écoute* pour les tout petits).

Dans le cadre des réflexions du groupe de travail, France 5 a cherché à renouveler le mode d'exposition de la création musicale et a mis à l'antenne *Studio 5* à 17h40. Cette émission permet à des artistes en formation restreinte dans un décor de studio de répétition, d'enregistrer des titres en version acoustique. La chaîne est très satisfaite de ce nouveau format, dont 80 numéros ont été enregistrés.

Hervé Rony s'étonne de cette présentation de France Télévisions qui, pour l'essentiel, a rappelé ce qui est déjà à l'antenne et semble ne pas tenir compte des débats qui se sont déroulés et de la plate-forme de la filière musicale.

Pascal Nègre souligne que le problème principal tient à l'absence de structure d'accueil à la télévision pour les artistes débutants. Plus de la moitié des artistes programmés lors des dernières Victoires de la Musique ont fait ainsi leur premier prime time. Pour cette catégorie d'artistes qui vendent des disques et qui commencent à trouver leur place à la radio (France Inter en particulier), il y a une grande difficulté à être connus et reconnus, faute d'une médiatisation télévisuelle. Bien souvent, on connaît la chanson, mais on ne connaît pas l'artiste et la publicité qui a notamment cette fonction est trop coûteuse. Tout en se réjouissant du travail fait par France 2 depuis 2 ou 3 ans, il regrette l'absence d'une émission adaptée à ce type d'artistes.

Séverin Naudet exprime le souhait que se crée un cercle vertueux en la matière ; il n'est pas possible de se satisfaire d'un passage annuel dans les Victoires de la Musique.

Bruno Lion souligne que la filière musicale peut se satisfaire de la politique suivie par France 2 et France 5 et que les demandes concernent surtout France 3; il rappelle une des propositions portant sur une émission nationale, qui serait un "best of" de ce qui se passe en région.

Jérôme Roger confirme cette déception à l'égard de la présentation de France 3. Il ajoute que l'amélioration de la situation passe aussi par plus de volontarisme et plus d'engagements financiers de la part du Gouvernement.

Selon France Télévisions, l'amplification de ses efforts dans le domaine musical est réel et se fait principalement en région. L'interlocuteur parisien sur cette question est Bernard Villeneuve.

**Gabrielle Babin** indique qu'**Arte** a interprété la fait qu'elle ne soit pas mentionnée dans la plate-forme de la filière comme la reconnaissance de la qualité de sa politique musicale! De fait, Arte exerce une grande vigilance quant à la diversité des formats proposés avec 260 heures de musique en 2003, auxquelles s'ajoutent les sujets dans les magazines et le *Journal de la culture*. Ses émissions de musique classique à des horaires de forte audience réunissent environ 500 000 téléspectateurs. Dans le cadre de la TNT cette offre augmentera, par exemple le dimanche matin. Elle tient, par ailleurs, à faire part de sa réticence sur les programmes courts ou clips de musique classique. Cette approche trop simple lui semble une fausse bonne idée, en fait assez dangereuse, qui pourrait donner bonne conscience aux diffuseurs et ne peut en aucun cas constituer une expositipon satisfaisante de la musique classique, laquelle passe par davantage d'ambition. Elle souligne la solidarité qui existe entre les différentes chaînes au niveau des montages financiers, sans laquelle la plupart des projets ne seraient pas possibles.

**Marie-Christine Saragosse** rappelle la spécificité de **TV5** : chaîne reçue dans 200 pays par 150 millions de foyers. Outre la reprise des émissions de ses partenaires, TV5 produit 1h30 hebdomadaire d'émissions musicales et diffuse 9 000 clips par an. Elle prépare un nouveau projet de programme court portant sur des portraits d'artistes. 22 % du budget de production sont consacrés aux émissions musicales. TV5 souhaite intensifier sa politique de partenariat sur les tournées d'artistes français à l'étranger et accentuer le rôle qu'elle joue pour développer les ventes de productions françaises à l'export. Son site, sur lequel peuvent être vus plus d'un millier d'extraits de clips, reçoit un million de visites par mois dont 65 % de l'étranger. Elle cherche à conclure des accords avec la profession pour devenir un véritable portail de vente en ligne de téléchargement de titres francophones (totalement sécurisé) auprès de publics qui ont difficilement accès à l'achat des disques français. Par ailleurs, depuis janvier les représentants des ayants droits limitent à 30 secondes la durée autorisée de diffusion d'extraits de clips sur Internet, ce qui est très insuffisant. TV5 demande un relèvement de cette durée à 1 minute 30, sans quoi elle envisage d'arrêter la diffusion de ces extraits.

**Mathieu Gallet** explique que **Canal +** travaille actuellement sur de nouveaux projets d'émissions musicales, dans le genre pop' rock conformément à la tradition de la chaîne, qui répondront aux attentes de la filière musicale de voir la chaîne renouer avec la musique. D'une part, il s'agit d'un projet de magazine quotidien de 6 minutes. D'autre part, une émission événement à programmation trimestrielle, d'un format de 90 minutes, centrée sur les nouveaux talents de la chanson française est en préparation. Dans une première partie, serait exposé un artiste reconnu, dans une deuxième des artistes en développement et, dans une troisième, des découvertes. Cette émission qui implique des moyens techniques importants (notamment trois plateaux pour une surface totale d'environ 1 000 m<sup>2</sup>) aura un coût élevé. Or, en l'état actuel de la réglementation, bien que contribuant au renouvellement de la création française, ce programme serait qualifié d'émission de variétés et ne pourrait donc bénéficier d'aucun des avantages économiques, liés à la qualification d'œuvre audiovisuelle : aide financière du CNC ou prise en compte dans les obligations de production de la chaîne. C'est surtout sur ce second point que Canal + souhaite une évolution des textes, conformément aux suggestions faites par la filière musicale. La mise à l'antenne de l'émission n'est pas conditionnée par une telle évolution, mais, par contre, son format global et sa fréquence le sont. En outre, la musique trouvera une place importante dans le cadre du vingtième anniversaire de Canal +.

Sur le thème de la concentration, Canal + confirme ne développer aucune logique d'intégration verticale dans le secteur musical. Dans ses émissions musicales, il n'existe et n'existera aucun lien privilégié avec les artistes d'Universal.

A propos du **coût de diffusion des clips**, plusieurs positions sont exprimées. Les diffuseurs estiment de manière unanime que le coût de diffusion des clips constitue un frein à leur programmation et souhaiteraient que des négociations financières puissent se tenir. En particulier, TF1 déplore que ce coût ne soit pas modulé selon les horaires de diffusion. Il n'y a pas non plus de différenciation tarifaire selon le caractère récent ou ancien du clip. Pascal Nègre rappelle cependant que l'économie des clips est fortement déficitaire ; dans le meilleur des cas, ils sont amortis à 25 %. Les tarifs reposent actuellement sur deux critères : l'audience potentielle du service et le volume diffusé.

**Edouard Boccon-Gibod** fait part de l'étonnement de **TF1** face à la plate-forme de revendications de la filière musicale. Celle-ci tranche, en effet, avec l'esprit qui a prévalu pendant les réunions du groupe de travail, reflétant estime et respect mutuels. La plate-forme traduit, par contre, une suspicion permanente à l'égard de TF1. Celle-ci ne peut donc pas constituer la base d'un accord pour plusieurs raisons :

- le rapport de crispation entre l'industrie musicale et les chaînes qu'elle représente ;
- le niveau d'empilement, de sophistication et de complexité des mesures demandées qui n'aurait d'égal que leur inefficacité ;
- le système "d'économie administrée" qui en résulterait, comme en témoigne, par exemple, la volonté de figer les premières parties de soirée de la chaîne ;
- la suspicion exprimée à l'égard des artistes de la télé-réalité.

Soit la filière se reconnaît à 100 % dans la rédaction proposée et les discussions ne pourront que s'arrêter ; soit il s'agit d'une position maximaliste de départ et, tout en déplorant une méthode archaïque de négociation, TF1 est prête à poursuivre la discussion sur certains points, telle que la mise en place d'un observatoire, qui peut être positive en favorisant une meilleure connaissance réciproque.

Les représentants de la filière musicale précisent que la plate-forme constitue, de fait, une base de discussion et que ses différents éléments n'ont pas intégralement vocation à aboutir. Il n'en demeure pas moins que ses préoccupations sont bien réelles et appellent des réponses, soit par la voie de la régulation concertée, ce qu'elle souhaite, soit par celle d'une intervention législative ou réglementaire. Si la volonté des diffuseurs d'enclencher un cercle vertueux existe, les discussions doivent pouvoir se poursuivre et aboutir, dans le même climat positif qui a été celui des débats.

**Régis Ravanans** rappelle que **M6** qui n'est pas une chaîne musicale, mais une chaîne généraliste avec un cahier des charges spécifique en matière musicale réalise déjà beaucoup pour l'exposition de la musique : 8 heures de musique par jour, plus de mille artistes diffusés par an soit plus que dans la play list de la plupart des radios, 1 500 heures de clips, 50 divertissements musicaux en première partie de soirée, etc. M6 est ainsi la chaîne hertzienne en Europe qui expose le plus la musique. Elle est néanmoins prête à discuter sur la manière d'améliorer cette offre, par exemple concernant l'exposition de certaines catégories d'artistes.

Elle prévoit ainsi d'ouvrir une nouvelle case le lundi en troisième partie de soirée consacrée aux musiques alternatives. Les représentants de M6 ont également été surpris par la tournure des débats qui relèvent d'un "tribunal d'accusation". La chaîne ne peut pas accepter de nouvelles obligations quantitatives dans le domaine musical, ni la mise en place de quotas visant M6 Interactions. Une nouvelle clause visant à prévenir d'éventuels problèmes liés à la concentration au sein du groupe a d'ores et déjà été introduite dans la convention avec le CSA. M6 est prête, par contre, à participer à un système d'observation et d'échanges réguliers, dans un objectif de transparence.

Pour Pascal Nègre, les deux chaînes privées, TF1 et M6 relèvent de problématiques différentes. Dans le premier cas, l'enjeu porte sur le maintien d'une offre de variétés en prime time. Dans le second, il s'agit principalement que la place des productions de la chaîne dans sa programmation demeure raisonnable. Compte tenu de la nature de M6 "chaîne de la musique" si ce n'est chaîne musicale, de son rôle de premier bailleur de fonds de la production de vidéoclips, l'approche par rapport à cette chaîne se rapproche de celle appliquée aux radios. Son implication dans la production musicale ne pose pas de problème, dès lors que la place faite à ses artistes est connue et "décente". Enfin, il considère que l'arrivée de la TNT est un enjeu essentiel pour l'avenir de la filière musicale et souhaite que des discussions puissent se tenir en amont du lancement des chaînes.

**Laurence Franceschini clôt la réunion**, en remerciant le groupe de travail et en faisant part de son intérêt face aux propos qui ont été échangés. Les préoccupations des uns et des autres ont été abordées avec franchise et de tels échanges sont positifs, même si tout ne peut être résolu rapidement. Elle rappelle que le ministre est attaché au décroisement entre les différents secteurs culturels et au dialogue entre les professions. Quelques pistes évoquées sont prometteuses : organisation du dialogue, observation, concertation en vue de la TNT,... Concernant le secteur public les discussions autour du COM et le lancement de Festival devraient permettre d'avancer dans le sens souhaité par la filière musicale.

## **Annexe 3**

### **Comptes-rendus des réunions thématiques**



Groupe de travail sur les relations entre télédiffuseurs et filière musicale  
Compte rendu de la réunion du 3 février 2004 : publicité télévisée pour l'édition  
phonographique

Participants : Yann Geneste (M6), Martine Collet (M6 Pub), Edouard Boccon-Gibod (TF1), Myriam Lévy (TF1 Pub), Fabienne Clérot (France Télévisions), Luis Hernandez (FTV Pub), Stéphanie Conchin (FTV Pub), Thierry Cammas (MCM/MEZZO), Yannick Lacombe (Lagardère Active Publicité), Aurélie Jimenez (CSDEM), Jérôme Roger (UPFI), Jacques Blociszewski (SACEM), Annie Tesson (DGCCRF), Valérie de Rozières (DDM), Danielle Sartori (CSA), Alice Landrieu (CNC), Silvy Castel (DMDTS), Véronique Cayla, Anne Durupty.

Véronique Cayla remercie les participants de leur présence et souhaite que cette formation en groupe de travail thématique permette un dialogue approfondi et fructueux.

Le thème de la publicité apparaît doublement important :

- du fait de l'impact des campagnes publicitaires sur les ventes de disques et de la part très importante qu'occupe aujourd'hui l'édition phonographique dans les investissements publicitaires à la télévision,
- du fait de la conjoncture, puisque l'exercice 2003 se solde par une baisse d'environ 20% de ces investissements, alors qu'ils ont progressé sur le média radio.

En outre, on doit s'interroger sur l'impact que pourra avoir sur le marché publicitaire, l'arrivée à la télévision des secteurs auparavant « interdits ».

Les représentants des diffuseurs et des régies présentent chacun leur vision du marché et leur politique à l'égard du secteur de l'édition phonographique.

## **M6**

2003 marque une véritable rupture des investissements publicitaires de l'édition phonographique. La baisse amorcée en début d'année s'est confirmée très nettement au second semestre. Au total, elle est évaluée à 20% par Secodip. La tendance se poursuit sur le début 2004 ; même si le mois de janvier n'est pas très significatif pour ce secteur, M6 a constaté une division par 2 des investissements sur janvier 2004, par rapport à janvier 2003.

M6 a adapté sa politique tarifaire aux spécificités du secteur de l'édition phonographique, notamment au fait que les campagnes publicitaires sont décidées très tardivement, juste au moment où les disques vont être disponibles en magasins.

Les éditeurs phonographiques peuvent :

- d'une part, acheter de l'espace publicitaire aux conditions habituelles (en pouvant donc réserver les écrans dès l'ouverture du planning) pour promouvoir les artistes « lourds ». C'est le cas notamment dans les écrans des grandes émissions de variétés de prime time et ceux des émissions musicales du samedi matin, qui par leur cible et leur programmation, s'avèrent particulièrement recherchés.
- Acheter l'espace en floating, entre 10 et 17 jours avant diffusion. Ils bénéficient alors d'un abattement de 30%. En tenant compte des autres abattements de droit commun (volume, progression, saisonnalité,...) l'abattement accordé à ce secteur est de 50 à 70% du brut au net.

Le délai actuel de 17 à 10 jours est sans doute un peu long, alors que les investissements se décident de plus en plus tard, et pourrait être réduit.

L'édition phonographique (ainsi que l'édition vidéo) sont les uniques secteurs à bénéficier de ces conditions tarifaires sur M6.

M6 recueille 35% des investissements publicitaires du secteur. Ceux-ci (édition phonographique et vidéo) représentent 12 à 20% du chiffre d'affaires publicitaire de la chaîne (10% pour la seule édition phonographique) et 20 à 30% de l'espace publicitaire (espace retenu par les acteurs de l'édition phonographique et vidéo ; 15% du temps de publicité pour la seule édition phonographique).

M6 connaît peu de problèmes de pénurie d'espace. Le nouvel annonceur que constitue la presse a investi 9M€ en janvier contre 12M€ pour l'édition phonographique. Les jours de programmation des messages publicitaires recherchés par ces annonceurs étant différents (début de semaine pour la presse, fin de semaine pour le secteur musical), leur « cohabitation » ne devrait pas poser de problème.

M6 considère que tous types d'annonceurs - et donc d'artistes – peuvent accéder à la publicité sur ses écrans. Elle estime la part des indépendants à 5%, soit un niveau comparable à leur part de marché dans les régies pub - et non à leur part de marché dans les ventes de disques. Jérôme Roger souligne que les parts de marché qui résultent des données du SNEP ne reflètent pas la réalité du marché, puisqu'elles ne prennent en compte que les membres du SNEP. Le SNEP lui-même va d'ailleurs y renoncer au bénéfice d'un panel plus représentatif des différents acteurs, majors et indépendants. La part de marché réelle des indépendants est d'environ 15% si on retient les producteurs-distributeurs indépendants et 25% si on y ajoute les producteurs indépendants distribués par une major.

M6 précise que M6 Interactions ne bénéficie bien sûr d'aucun traitement préférentiel par rapport aux autres annonceurs. Elle représente 15 à 17% des investissements de ce secteur chez M6. En 2003, elle a réduit ses investissements comme la plupart des acteurs du marché.

## **TF1**

La perception de l'évolution globale du marché est identique à celle de M6.

TF1 recueille 53% des investissements publicitaires de l'édition phonographique, qui représentent 6% des recettes publicitaires de la chaîne (167 M€ en 2003). La part des indépendants est de 4% environ. TF1 souligne que cela résulte notamment du choix des

annonceurs ou des artistes considérés, pour lesquels TF1 ne correspond pas à leur stratégie marketing. En contre-exemple, Wagram a fait une importante campagne sur TF1. Les artistes « maison » représentent environ 2% des investissements publicitaires de l'édition phonographique sur TF1.

Depuis l'ouverture de ce secteur à la publicité télévisée en 1987, TF1 lui accorde des tarifs préférentiels, dont bénéficient également l'édition vidéo et les encyclopédies.

Outre les conditions classiques, trois abattements tarifaires différents existent :

- achat à – 5 semaines, abattement de 30 à 35% ;
- achat à – 8 jours, abattement de 45 à 55% ;
- achat à – 5 jours, abattement de 46 à 66%.

Les abattements varient selon les périodes de l'année. Il s'agit de taux du brut au net.

Entre avril et juillet 2003, TF1 a été confrontée à une pénurie d'espace pour accueillir la totalité des demandes de ce secteur. En effet, après l'effondrement des investissements liés à l'attente et l'annonce de la guerre en Irak, leur reprise a été très forte avant et au début de l'été.

Sur le début 2004, la presse représente 3 à 3,5% du chiffre d'affaires publicitaire de TF1. Comme M6, TF1 n'a pas accédé à la demande de ce secteur de bénéficier de tarifs préférentiels. Elle ne pense pas que des annonceurs pré-existants seront évincés par ce nouvel arrivant.

## **France Télévisions**

Les chaînes publiques captent 10% des investissements publicitaires de l'édition phonographique, ce qui représente 3% de leur chiffre d'affaires net.

Les principales raisons de ce moindre poids du groupe public comparativement aux chaînes privées sont :

- le public de francetélévisions qui correspond moins à la cible recherché par ces annonceurs,
- la pénurie d'espace très réelle, avec la limitation à 8 minutes par heure glissante,
- l'absence d'émission de télé-réalité musicale.

La part des indépendants est par contre plus élevée, le public de francetélévisions pouvant a contrario mieux correspondre à certains de leurs produits.

Les conditions tarifaires préférentielles suivantes sont pratiquées :

- abattements de 30, puis de 15% pour un achat 10 jours avant diffusion, soit un abattement du brut au net de 40%.

Les mêmes conditions ont été accordées au secteur de la presse, considéré comme économiquement fragile.



## **MCM / LAGARDERE**

Sur les quatre chaînes musicales éditées par le pôle MCM de LAGARDERE, MCM-La chaîne Musicale, MCM TOP et MCM POP sont en régie chez LAGARDERE ACTIVE PUBLICITE, MEZZO (chaîne musicale classique / jazz / world) étant commercialisée par France Télévisions Publicité.

MCM recueille une part très faible des investissements publicitaires de l'édition phonographique : moins de 2%. L'investissement de l'édition phonographique sur MCM ne représente que 0,1% du marché publicitaire en télévision. La présence de MCM sur ce marché est donc absolument disproportionnée par rapport à l'étendue de son offre musicale, à l'exposition donnée aux artistes, à la valeur de prescription de la chaîne sur le territoire de la Musique (MCM, N°1 des chaînes musicales) et sur celui du jeune public (MCM, 1<sup>ère</sup> chaîne thématique sur les 15-24 ans).

Pourtant, par la diversité de sa programmation, de ses émissions ciblées, MCM peut répondre en termes d'affinité à toutes les demandes. Une campagne standard de 3 semaines sur MCM représente environ 750 000 contacts sur les 15-24 ans, ce qui correspond à une couverture nationale de la cible de 5 à 6%.

MCM joue un rôle de starter en programmation pour les maisons de disques, mais pour les investissements publicitaires, celles-ci choisissent l'efficacité immédiate des chaînes hertziennes<sup>20</sup>.

Il y a, en quelque sorte, deux marchés qui fonctionnent en parallèle, à double vitesse : celui des chaînes hertziennes qui ont des coûts liés aux programmes musicaux et qui encaissent des recettes publicitaires importantes auprès du secteur de l'édition phonographique et celui des chaînes thématiques musicales comme MCM, qui n'ont que les charges liées à la musique...(en particulier celles des vidéomusiques issues des catalogues des producteurs de phonogrammes). Le phénomène est à son sommet en musique classique, jazz, musiques du monde, pour lesquels les investissements publicitaires sur MEZZO sont quasi-inexistants.

Pour l'avenir MCM souhaite que l'adéquation progresse entre exposition de la musique et efficacité éditoriale d'une part, et diffusion de publicité pour le secteur d'autre part. Il est nécessaire que la filière musicale, pour garantir à terme une exposition meilleure et diversifiée de la musique à la télévision, accompagne les chaînes qui contribuent structurellement aujourd'hui et depuis longtemps à l'exposition de toutes les musiques. Sinon, à terme, la filière musicale n'aura plus de vitrines en télévision pour ses créations.

Au niveau des incentives commerciales, MCM accorde au secteur de l'édition phonographique un abattement de 40% dans ses conditions générales de vente, l'achat étant possible jusqu'à 4 à 5 jours avant diffusion.

---

<sup>20</sup> M6 constate le même phénomène s'agissant de ses filiales M6 Music et FUN TV. Les annonceurs classiques ciblant le public jeune y viennent, mais pas les annonceurs du secteur musical.

Au cours du débat sont évoqués les thèmes suivants :

### **Les caractéristiques et évolutions du marché**

Un certain nombre d'artistes ont pu émerger et développer leur carrière sans passage à la télévision, qu'il s'agisse d'exposition dans les émissions ou de campagnes publicitaires (exemples de Louise Attaque ou Carla Bruni). TF1 souligne qu'il s'agit souvent d'une stratégie délibérée de la part de ces artistes (exemples de Manu Chao, Zebda ou Noir Désir). Cependant, pour Jérôme Roger ces cas sont très minoritaires et ne doivent pas occulter le problème bien réel que constitue pour un très grand nombre d'artistes et de maisons de disques la difficulté d'accès à la télévision.

La publicité télévisée pour l'édition phonographique a fait l'objet de nombreux débats. Elle constitue maintenant une donnée sur laquelle il n'est pas possible de revenir. Selon l'UPFI, elle a grandement contribué à la concentration du secteur. Les acteurs les plus puissants se sont « engouffrés » en 88/90 dans cette nouvelle forme de communication, aboutissant à une économie à « deux vitesses » séparant les gros et les petits projets qui se trouvent évincés du marché.

Selon TF1, la publicité télévisée n'est pas une cause majeure de la concentration du marché. Ce sont les restructurations capitalistiques américaines qui en sont la cause principale et on doit constater que cette concentration n'a pas réduit la diversité des artistes et sociétés qui recourent à la publicité télévisée (compilations dans tous les genres, disques de jazz,...).

La crise actuelle (piratage, chute des ventes,...) entraîne une partie de la production dans un cercle vicieux : cycle de vie des titres de plus en plus court, pression très forte sur la commercialisation, attente d'une efficacité immédiate des actions marketing. Selon Jérôme Roger, ceci est une des explications de la faible attractivité publicitaire d'une chaîne comme MCM. Par ailleurs, l'efficacité publicitaire fait l'objet d'interrogations, par exemple dans le cas des compilations. Sans doute, un nombre excessif de compilations a-t-il finalement nuit à ce genre.

### **Les accords au rendement <sup>21</sup> conclus par les régies publicitaires**

TF1 indique conclure très peu d'accords de ce type (2 ou 3 par ans en sus de ceux liés à Star Academy). Ils étaient plus nombreux il y a quelques années, mais TF1 a souhaité les limiter pour assainir le marché de la vente d'espace. Ils ne sont pas liés à d'autres accords avec des filiales du groupe.

M6 constate aussi un recul de ces accords. Dans le cas des producteurs, indépendants ou non, ce sont le plus souvent eux qui souhaitent conclure un partenariat (co-exploitation ou co-production) avec M6 Interactions incluant une campagne publicitaire avec rémunération au rendement, car cela leur permet (économiquement) d'accéder à la publicité télévisée.

Francetélévisions a conclu en 2003 deux contrats de co-édition accompagnés d'accords au rendement dans le domaine publicitaire (l'un avec EMI pour Norah Jones, l'autre avec Naïve

---

<sup>21</sup> Rappelons que le thème de la concentration, incluant les pratiques des filiales des diffuseurs, sera traité dans une réunion thématique spécifique.

pour Carla Bruni). De tels accords sont exceptionnels et FT Distribution est peu impliquée dans l'édition phonographique.

Pour l'UPFI, il n'y a aucune hostilité de principe à ce type d'accords. Ils peuvent au contraire constituer pour les producteurs un moyen moins coûteux d'accéder à la publicité télévisée. Mais il existe la crainte, s'agissant de M6 compte tenu de la forte implication de M6 Interactions dans l'édition phonographique, que de tels accords soient plus ou moins une obligation pour ceux qui veulent accéder à l'antenne de M6. Des éléments précis seront apportés par M6 sur ces questions dans le cadre de la prochaine réunion sur la concentration.

### **Une politique tarifaire permettant l'accès de nouveaux annonceurs**

Est évoquée l'idée de remises « qualitatives » supplémentaires accordées aux « nouveaux talents » pour permettre l'accès à la publicité télévisée à des producteurs et artistes qui en sont jusqu'à présents exclus, du fait du coût de telles campagnes, et donc contribuer à plus de diversité. Jérôme Roger rapproche une telle mesure de ce qui avait été préconisé pour la distribution en magasins par le rapport de 1997 du groupe de travail sur le disque (rapport DGCCRF et DMDTS).

La DGCCRF rappelle les principes généraux du droit de la concurrence : non discrimination et égal accès des annonceurs au marché de l'achat d'espaces publicitaires. Les annonceurs équivalents doivent être traités dans des conditions identiques. Les remises envisagées sont possibles, mais délicates à mettre en œuvre du point de vue juridique. Les critères doivent être précis et objectifs. Les avantages tarifaires doivent correspondre à des éléments qualitatifs et y être proportionnés.

Francetélévisions n' a pas d'objection de principe. M6 rappelle que des « modules nouveaux talents » existaient dans son offre d'espace publicitaire il y a quelques années et va rechercher quelles en étaient les modalités et pourquoi ils ont été arrêtés. TF1 met l'accent sur la difficulté de déterminer de manière pertinente par rapport à l'objectif la définition du « nouveau talent ». Ainsi, si la définition existant pour les quotas en radio était retenue<sup>22</sup>, cela aboutirait à faire bénéficier de ce nouveau tarif, des majors qui sont déjà annonceurs aux conditions actuelles.

Cette piste doit donc être approfondie.

---

<sup>22</sup> Pour les quotas radio, le CSA publie la liste des artistes confirmés qui sont ceux qui ont perdu la qualification de « nouveau talent » soit parce qu'ils ont déjà obtenu deux albums disque d'or distincts, soit parce que leur première œuvre discographique est sortie avant le 1<sup>er</sup> janvier 1974.

Groupe de travail sur les relations entre télédiffuseurs et filière musicale  
Compte rendu de la réunion du 11 février 2004 : concentration

Participants : Yann Geneste (M6), Pascal Bourdette (M6 Interactions), Edouard Boccon-Gibod (TF1), Leonor Grandsire (TF1), Yves Bigot (France 2), Michel Liberman (FTV Distribution), Thierry Cammas (MCM/MEZZO), Bruno Lion (CSDEM), Jérôme Roger (UPFI), Hervé Rony (SNEP), Annie Tesson (DGCCRF), Anne Sommerard (DGCCRF), Valérie de Rozières (DDM), Emmanuelle Mauger (DDM), Danielle Sartori (CSA), Marie Mas Moisy (CNC), Alice Landrieu (CNC), Claire Lamboley (DMDTS), Silvy Castel (DMDTS), Véronique Cayla, Anne Durupty.

### **M6 – M6 Interactions**

Depuis l'origine M6 mène une politique de diversification à partir de ses marques et de licensing. Progressivement, M6 Interactions s'est impliquée dans l'édition phonographique, en démarrant avec des artistes plus ou moins liés à des émissions de la chaîne. Le premier cas a porté sur les Poetic Lover, révélés par M6 et qu'aucune maison de disques n'avait voulu signer.

Il peut s'agir soit d'engagements pris à l'égard de participants à des émissions de M6 (*Popstars* : co-production avec Universal ; *Nouvelle star* : co-production avec BMG), soit de choix indépendants de ces émissions.

M6 Interactions intervient selon les modalités suivantes : accords au rendement, édition, licence, co-production (cas les plus fréquents). Elle signe également directement des contrats d'artistes, mais ces cas sont moins fréquents. Ses partenaires sont autant des majors que des indépendants. Ils viennent chercher la capacité d'action de M6 Interactions : force marketing, acquisition d'espace publicitaire. Leur prise de risque est ainsi réduite.

En 2003, M6 Interactions a conclu 27 projets de co-productions et 11 productions. Dans ce dernier cas, il s'agit majoritairement d'artistes liés à l'antenne de M6, même si ce critère n'est pas simple à définir.

M6 Interactions a donc la taille d'un « gros » producteur indépendant. Jérôme Roger souligne qu'en 2003, les relevés Yacast indiquent que M6 Interactions se situe en tête des labels indépendants par le nombre de titres diffusés au sein du panel Yacast de 33 radios. Leslie étant l'artiste la plus diffusée en radio en 2003, a sans doute eu un effet déterminant sur ce résultat.

Le choix des artistes sur lesquels intervient M6 Interactions se fait en concertation avec M6. Ceux-ci doivent correspondre à la ligne éditoriale de la chaîne. Pour M6, M6 Interactions est bien sûr un partenaire majeur, mais un partenaire parmi d'autres, car la chaîne ne peut se permettre de se passer de la présence sur son antenne des principaux artistes, confirmés ou nouveaux talents. Ainsi, tout producteur qui prévoit de produire un clip consulte M6 sur l'accueil qui lui sera réservé, l'appréciation portée par la chaîne sur le potentiel de l'artiste, etc. Les engagements d'exposition pris par M6 vont dépendre de cette appréciation, d'objectifs d'audience, de l'adéquation avec sa ligne éditoriale. Ces engagements d'exposition



peuvent prendre les formes suivantes : 40 passages minimum en cas de pré-achat de clips, autres diffusions de clips et de produits courts, participation à des émissions,...

En réponse à une question de Bruno Lion, M6 Interactions indique être pour le moment peu impliquée dans l'édition graphique. Elle se pose la question d'accroître ses investissements dans ce secteur, sachant qu'elle raisonne habituellement sur des cycles courts. Elle intervient néanmoins ponctuellement sur quelques auteurs et compositeurs et musiques d'émissions. Elle est membre de la SACEM. Ses revenus à ce titre ont été inférieurs à 300 000 € en 2003.

M6 Interactions s'est engagée dans la gestion des génériques des écrans publicitaires de la chaîne, pour résoudre les questions juridiques résultant de la pratique mise en œuvre dans un premier temps consistant à utiliser des extraits musicaux, sans que soit toujours correctement réglée la question de leur droit d'utilisation.

En ce qui concerne les relations entre les entreprises du groupe par rapport à celles avec des entreprises extérieures, tant pour des raisons éditoriales que juridiques, M6 veille à des traitements équitables<sup>23</sup>.

En 2003, alors que la part de marché de M6 Interactions sur le marché des singles a été de 11,7%, la part d'artistes produits ou co-produits par M6 Interactions au sein des clips diffusés par M6 a été de 7,85%<sup>24</sup>.

La part de BMG dans la diffusion de clips est inférieure à sa part de marché sur les singles.

M6 a diffusé plus de 1000 artistes en 2003 ; a pré-acheté la quasi-totalité des clips produits mais ne pré-achète pas les clips produits par M6 Interactions ; est la seule chaîne à accueillir tous types d'artistes notamment dans son émission *Alternatives* thématisée par genres musicaux et dans laquelle sont sur-représentés les producteurs indépendants ; expose les nouveaux talents dans des programmes courts tels que *T comme talent* (une vingtaine de passages sur 2 semaines de modules de 45'').

En ce qui concerne les investissements publicitaires de M6 Interactions, ils se concentrent très majoritairement, mais pas exclusivement sur M6. En 2003, M6 Interactions a notamment investi sur TF1.

Lorsqu'il s'agit de mettre en place un partenariat avec des radios, M6 cherche souvent à conclure prioritairement avec NRJ, par souci d'efficacité. Ces partenariats prennent les formes habituelles : présence du logo sur le produit et la campagne TV versus espace publicitaire sur la radio concernée.

*La Nouvelles Star* est un cas où sont impliquées toutes les entreprises concernées du groupe : Fremantle, BMG, RTL. M6 précise que le package deal était préexistant à sa décision de programmer l'émission, puisque les droits TV étaient détenus par Fremantle et les droits de production phonographique par BMG. Deux artistes ont émergé de la dernière édition :

---

<sup>23</sup> La clause suivante vient d'être ajoutée à la convention conclue entre le CSA et Métropole Télévision : « La société s'engage à conduire une politique favorable à la diversité des producteurs musicaux. A cette fin la société déclare, dans le volume horaire annuel de diffusion des émissions musicales, des divertissements à composante musicale et des vidéomusiques, la part des titres édités ou produits par des sociétés contrôlées par son actionnaire principal ou la société qui le contrôle. »

<sup>24</sup> Pour ce calcul, la part de M6 Interactions est proratisée en cas de co-production.

Jonathan Cerrada, Thierry Amiel. M6 Interactions indique ne pas avoir à ce stade amorti son investissement sur ce projet.

Les représentants de la **filière musicale** se posent la question de l'impact sur le marché – en particulier sur la production indépendante - de cette intégration des métiers de diffuseur et d'éditeur phonographique au sein du groupe M6 comme de TF1. Cette question, à laquelle il ne peut être répondu simplement, est centrale par rapport aux préoccupations du groupe de travail et même largement à l'origine de sa constitution. Elle n'est pas nouvelle ; elle a ainsi été traitée dans l'étude réalisée par le CSA à la demande du Ministre de la Culture et de la Communication début 2003 qui a mis en lumière les risques encourus.

Selon Hervé Rony, une distinction doit être faite entre les cas où ces métiers co-existent au sein d'un même groupe (ex. Universal / Canal + ; Time Warner), et ceux où la production musicale est intégrée à la chaîne sous la responsabilité d'un même patron (TF1 ; M6). Il estime que l'éditeur phonographique bénéficie alors d'un avantage concurrentiel déterminant compte tenu de la puissance de l'antenne dont il peut disposer.

Jérôme Roger explique les positions des producteurs indépendants. Ils ont le sentiment que l'accès à l'antenne de M6 est de plus en plus difficile et que la conclusion d'un accord avec M6 Interactions constitue sauf exception un point de passage obligé. Lorsqu'il ont un projet potentiellement concurrentiel de ceux de M6 Interactions, ils ne peuvent le faire aboutir, car la puissance de l'antenne dont va bénéficier M6 Interactions aboutit à une « concurrence déloyale » à leur encontre. Si la conclusion d'accords avec M6 Interactions peut être positive à court terme, elle peut aussi conduire sur le plus long terme à une perte d'indépendance.

M6 Interactions conteste ces appréciations Elle conclut des accords avec de nombreux producteurs indépendants, accords qui constituent pour eux un outil déterminant pour atteindre leurs objectifs tout en réduisant leurs risques. Ces accords sont ponctuels et les producteurs sont ensuite totalement libres du choix de leur stratégie pour d'autres projets. M6 Interactions représente environ 4% du marché et donc pèse peu, surtout si on considère que le marché est détenu à 80% par 5 acteurs. Elle ne crée pas de distorsion de concurrence.

## **France 2 – France Télévisions Distribution**

Pour France Télévisions, le point de départ est toujours éditorial. FTD est une société commerciale qui ne bénéficie pas de ressources publiques. Sa mission est de valoriser les actifs publics. Au départ, il y a toujours une volonté de l'antenne, puis il revient à FTD de l'optimiser économiquement et de valoriser les marques du groupe.

Elle a une action très limitée dans le domaine musical : son chiffre d'affaires dans ce secteur est inférieur à 1 million d'euros.

Elle exploite quelques musiques originales d'émissions éditées par des filiales des chaînes (ex. Un gars, une fille). Elle ne produit pas de spectacles.

Elle conclut un ou deux partenariats par an (un l'été, un l'hiver) avec des producteurs phonographiques. En 2003, il s'est agi d'accords de co-exploitation portant sur Norah Jones avec EMI et Carla Bruni avec Naïve. Dans ce dernier cas il s'agit d'un partenariat global de France 2 avec l'artiste.

La motivation du groupe public n'était pas commerciale ; les accords ont d'ailleurs été conclus alors que ces artistes avaient déjà vendu des dizaines de milliers d'albums. Pour France 2, l'objectif était de valoriser son image et il est donc primordial que l'artiste soit en parfaite adéquation avec l'image de la chaîne.

Le groupe public ne compte pas développer ses interventions dans ce secteur. Cela ne rentre pas dans sa stratégie générale, ni ses missions. En outre, il se heurterait à des obstacles objectifs : manque d'espace publicitaire, coût de production des modules courts diffusés qui sont à la charge du producteur, contraintes réglementaires,...

Pour conserver un impact maximal en termes d'image, il importe aussi de ne pas multiplier ces opérations.

*Une seconde réunion sur le thème de la concentration est fixée au lundi 8 mars à 17 heures.*

Groupe de travail sur les relations entre télédiffuseurs et filière musicale  
Compte rendu de la réunion du 18 février 2004 : exposition des nouveaux talents

Participants : Fabienne Clérot (France Télévisions), Yves Bigot (France 2), Marc de Florès (France 2), Jean-Marc Merriaux (France 5), Yann Geneste (M6), Didier Firmin-Guion (TF1), Thierry Cammas (MCM/MEZZO), Jean-François Doisne (Canal +), Philippe Vannier (TV5), Aurélie Jimenez (CSDEM), Jérôme Roger (UPFI), Hervé Rony (SNEP), Dominique Pankratoff (UNAC-SNAC), Marc Slyper (SNAM), André Nicolas (Observatoire de la Musique), Anne Sommerard (DGCCRF), Emmanuelle Mauger (DDM), Didier Aaron (CSA), Alice Landrieu (CNC), Marianne Revoy (DMDTS), Silvy Castel (DMDTS), Anne Durupt.

Les représentants de la filière musicale exposent leurs positions concernant l'exposition des nouveaux talents à la télévision, avant que les diffuseurs présentent leur politique et que s'ouvre le débat.

**SNEP** : L'objectif central doit être d'accroître la diversité par l'exposition de nouveaux talents à des heures d'écoute significative. Il faut en effet sortir du débat binaire sans issue, entre prime time ou diffusion nocturne. L'exemple de la résistance des radios avant l'instauration des quotas de chanson française et de nouveaux talents montre que diffusion de nouveaux talents et audience sont parfaitement compatibles.

**UNAC** : Les créateurs sont conscients des contraintes de la télévision, notamment en termes d'audience et le « prime time » n'est de fait pas la seule issue. Mais la télévision doit elle-même écouter les créateurs. Il est important que le dialogue s'instaure et qu'un effort commun soit fait pour sortir des schémas-types. Si la télévision se contente de se replier sur les valeurs sûres et la recherche du plus grand public, cela est grave pour l'avenir de la création musicale, mais aussi pour l'avenir de la télévision qui va lasser le public, en attente de plus de diversité. La télévision doit être prête à prendre des risques en termes artistiques, bien que ce ne soit pas « dans l'air du temps », et ne pas évaluer ses risques des seuls points de vue des finances ou de l'audience. Dans cet esprit, il faut bien sûr laisser un minimum de temps à une émission pour s'installer, car on ne construit pas une carrière ou un succès sur un ou deux passages. Pour qu'il y ait quelque chance d'aboutir à des progrès dans le cadre des travaux de ce groupe, il faut donc que les deux parties abordent la question avec audace et sans a priori.

**UPFI** : On ne peut continuer à exclure de la télévision des catégories d'artistes et des genres musicaux, au motif que ceux-ci seraient trop segmentants et pas assez fédérateurs au regard des besoins de la télévision. Une certaine prise de risque est nécessaire. Le débat sur les nouveaux talents doit dépasser ceux qui sont pris en compte par la définition aujourd'hui existante pour les quotas radios. De très nombreux autres artistes, produits par des majors et des indépendants, sont vendeurs de disques et n'ont jamais accès à la télévision. En ce qui concerne le moment de l'exposition, plusieurs solutions sont possibles, mais il n'y a pas lieu d'exclure a priori le prime time. De fait, la tendance lourde actuelle concernant les émissions de prime time, qui reposent sur les classements, la nostalgie et les quelques artistes les plus connus est tout à fait préoccupante pour l'avenir de la création, car ces émissions évincent de l'antenne les autres artistes. Concernant la répartition des rôles entre télévision privée et télévision publique, même si la première doit prendre ses responsabilités en faveur de la diversité musicale, c'est surtout la télévision publique qui devrait pleinement assurer cette

mission de soutien de la création. Si les efforts de France 2 sont reconnus, la politique de France 3 est estimée très insuffisante. Il serait utile de disposer d'indicateurs chiffrés<sup>25</sup> pour pouvoir qualifier plus précisément l'accès des nouveaux talents à la télévision.

**SNAM** : On ne doit pas se résigner à une quelconque fatalité qui, au nom de l'audience, empêcherait l'exposition télévisuelle d'une grande diversité d'artistes, y compris en prime time. Le récent exemple des Victoires de la Musique Classique prouve le contraire. Différentes catégories de publics peuvent être recherchées à différents horaires. Mais il faut qu'il y ait une volonté et des décisions. Pour cerner cette catégorie des nouveaux talents, il ne faut pas s'en tenir au critère de la vente de disques. De nombreux artistes ont une réelle activité musicale et un public et ne sont pas toujours distribués. Le lien doit être fait avec le spectacle vivant. En particulier dans le cadre des festivals, un important travail de terrain est fait pour identifier et sélectionner une grande diversité de « découvertes ». Or, ce travail ne trouve aucun relais en télévision. Il est essentiel de créer des liens entre spectacle vivant, vente de disques et exposition télévisuelle.

**MCM / LAGARDERE** : Les nouveaux talents sont exposés par la diffusion de vidéomusiques et du point de vue éditorial dans différentes émissions.

Compte tenu de la ligne éditoriale des trois chaînes, c'est principalement MCM qui expose les nouveaux talents. Révéler les nouveaux talents français et internationaux est une des missions que se fixe la chaîne. Concernant les vidéomusiques, les proportions de nouveaux talents (au sens des quotas radio) sont les suivantes :

- MCM : 20 à 30%
- MCM TOP : environ 15%
- MCM POP : environ 10%

Au niveau éditorial, le *JDM*, journal musical quotidien diffusé trois fois par jour fait une large place aux nouveaux talents. En 2003, sur les 700 sujets du *JDM*, 140 sujets leur étaient consacrés.

MCM consacre deux cases hebdomadaires au spectacle vivant et coproduit 15 à 20 spectacles par an. Là encore les nouveaux talents ont une bonne exposition.

Par ailleurs, MCM diffuse 40% de titres francophones, ce qui est un des éléments de son positionnement et de son succès par rapport à MTV.

Dans sa convention pour la TNT, MCM s'est engagée à diffuser 30% de nouveaux talents.

Dans le domaine de la musique classique, du jazz et des musiques du monde, la révélation des nouveaux talents est un des axes de **MEZZO**. Au niveau de la programmation, 7 heures de programmes courts sont diffusées quotidiennement, qui exposent très largement des nouveaux talents. Cette exposition est renforcée par un traitement éditorial. Autre illustration de cette politique de mise en valeur des nouveaux talents : la coproduction par **MEZZO** du concert des Révélation des Victoires de la Musique Classique, accompagnée de différents sujets sur ces artistes.

Thierry Cammas souligne que s'il revient aux diffuseurs d'assumer pleinement leur responsabilité d'exposition des nouveaux talents, il revient aux producteurs et éditeurs musicaux d'investir dans la production de nouveaux talents. Une production régulière et permanente doit permettre d'alimenter les antennes des diffuseurs. Or, un problème se pose à cet égard. Cela est particulièrement le cas en musique classique, où le diffuseur est contraint

---

<sup>25</sup> André Nicolas souligne que des investigations sur des indicateurs chiffrés doivent être menées suffisamment en amont de leur éventuelle mise en place.

d'investir dans des programmes courts, qui n'existent pas et de jouer malgré lui le rôle de producteur. Quant à la production de vidéomusiques en variétés, elle apparaît insuffisante. La conséquence perverse est que le diffuseur doit alors augmenter les rotations. L'inquiétude sur la constitution du « stock » d'artistes et de vidéomusiques croît alors que l'on voit les maisons de disques rendre un nombre important de contrats.

Cette **question de la production des images musicales** fait effectivement débat<sup>26</sup>. Hervé Rony : Quels sont, et devraient être, les rôles respectifs des diffuseurs, des producteurs audiovisuels et des producteurs phonographiques dans le financement et la production de ces images ? Comment éviter que se développe l'économie de pénurie que l'on connaît en musique classique ? Yves Bigot : La situation et ce partage des responsabilités sont rendus encore plus complexes par l'imbrication au sein de mêmes groupes des métiers de diffuseur, producteur audiovisuel et producteur phonographique ; cumul des métiers que les pouvoirs publics n'ont pas souhaité réglementer il y a une dizaine d'années, lorsque cela aurait pu être possible. Jérôme Roger : Ce même cercle vicieux – peu de diffusion par manque de produits et inversement – existait en radio pour les chansons françaises avant l'instauration des quotas. Une dynamique s'est créée après leur entrée en vigueur, ce qui montre que les maisons de disque produisent lorsque les débouchés existent.

**TV5** : La musique sur TV5 est à 98% francophone. Seuls quelques « coups médiatiques » sont réalisés avec des artistes internationaux. Le principal lieu d'exposition des nouveaux talents est l'émission *Acoustic*. La programmation se fait en bonne intelligence avec les artistes et les maisons de disques. Un équilibre existe entre l'accueil des chanteurs les plus connus qui bénéficient pour leur vente à l'international du réseau mondial de TV5 et la mise en valeur des nouveaux talents.

**France Télévisions** : Le groupe public assume ses responsabilités à l'égard de la diversité musicale en complémentarité entre ses différentes chaînes, qui ont chacune leur ligne éditoriale et leurs priorités. Ainsi, si France 3 est moins présente que France 2 sur les musiques actuelles, cette chaîne est plus présente sur d'autres secteurs culturels. Il n'y a pas d'objectif quantifié en matière d'exposition des nouveaux talents, mais un objectif global d'exposition. Dans son prochain contrat d'objectifs et de moyens, qui devrait être prochainement signé, France Télévisions prend l'engagement d'accueillir des nouveaux talents dans des émissions de prime time, en leur donnant la possibilité d'interpréter leur propre répertoire.

**France 2** : La programmation musicale de France 2 est francophone à 97%. Les artistes sont présents dans les émissions musicales et dans de nombreuses émissions de plateau de la chaîne. En effet, un des axes de la politique de France 2 consiste à éviter les « émissions - ghettos ». La culture est traitée dans une grande diversité d'espaces. Les nouveaux talents sont donc accueillis de manière diversifiée. Ils sont plus particulièrement présentés dans deux émissions :

-*CD Aujourd'hui* : l'émission va avoir 3 ans le 1<sup>er</sup> avril 2004. 220 modules – et donc artistes-différents sont diffusés chaque année. Ils sont vus par environ 8 millions de téléspectateurs par jour, grâce à leur multidiffusion (4x1'30''). Tous les genres d'artistes y sont accueillis, y compris certains qui s'auto-produisent. Tous bénéficient d'un traitement (production, diffusion) absolument identique. L'émission est entièrement financée par France 2. Depuis le

---

<sup>26</sup> Une réunion spécifique du groupe de travail sur ce thème est prévue le 26 février.

1<sup>er</sup> janvier de cette année, elle n'est plus parrainée. Il est difficile d'établir un lien précis entre la diffusion de *CD Aujourd'hui* et la vente de disques, mais l'impact global de l'émission est unanimement apprécié. Yves Bigot évalue à 30% la part des nouveaux talents dans l'émission. Il souligne qu'il n'était pas évident pour la chaîne de prendre la décision de mettre à l'antenne une telle émission, mais qu'elle semble aujourd'hui bien installée.

-*Top of the Pops* : les choix faits concernant cette émission hebdomadaire (diffusion le samedi matin après les émissions pour la jeunesse – c'est-à-dire les adolescents – et dans la nuit du samedi au dimanche) de 26' en font un lieu d'exposition des nouveaux talents : choix des albums et non des singles, 50 premières ventes (compte tenu de la situation actuelle du marché, il est assez facile d'y entrer), mise en valeur de certains artistes.

L'émission *Trafic* (environ 15% de nouveaux talents), magazine musical de France 2 dont Yves Bigot espère qu'il va pouvoir devenir mensuel pour la saison 2004-2005, la retransmission d'événements comme les *Victoires de la Musique*, les émissions de variétés de prime time (environ 20% de nouveaux talents), les partenariats conclus sur des spectacles, jouent aussi leur rôle pour l'exposition des nouveaux talents.

Yves Bigot site également une opération en cours dans le cadre de l'émission *Chanter la vie* de Pascal Sevran : « Entrée d'artistes ». 15 artistes amateurs (sélectionnés au sein de plus de 5 000 CD amateurs) vont se produire dans 5 émissions. Les 15 finalistes donneront un spectacle au Sentier des halles et un CD sera produit.

Cet exemple suscite un débat sur le **rôle de la télévision vis-à-vis des artistes amateurs et professionnels**. Les représentants de la filière musicale s'interrogent sur l'opportunité de rechercher les amateurs alors que tant de jeunes professionnels, souvent déjà signés par des maisons de disques, ne peuvent accéder à la télévision. Les chaînes de télévision font valoir que la frontière est souvent ténue entre « amateurs » et professionnels et que l'engouement du public pour ces découvertes auxquelles il contribue et l'émotion qu'elles suscitent doivent être pris en compte.

**France 2 – France 3 Musique classique** : Dans ce secteur spécifique, les chaînes publiques donnent une exposition importante aux nouveaux talents. Faire découvrir au public les « révélations », notamment issues de différents concours, est une priorité de toutes les émissions de musique classique des deux chaînes. Cela est relativement plus facile que pour les variétés car le territoire est moins vaste. Les compositeurs sont moins présents que les artistes, sans être totalement absents. Cette mission est assurée par l'ensemble de l'audiovisuel public, en complémentarité entre les différents supports qui ont chacun leur spécificité, y compris Radio France. Les horaires tardifs de diffusion des émissions régulières sont rééquilibrés par l'excellente exposition de ces émissions sur MEZZO.

**France 5** : Le rôle de France 5 doit être pris en compte au regard des spécificités et missions de cette chaîne : diffusion hertzienne en journée uniquement, première chaîne du documentaire. Dans une collection de documentaires lancée en 2002, France 5 suit la diversité des processus de création, notamment dans le domaine musical. Une émission a, par exemple, été consacrée à Vincent Delerm alors qu'il était encore peu connu. Dans la grille d'été 2004, un documentaire hebdomadaire devrait être proposé portant à la fois sur des nouveaux talents et des artistes confirmés. *UBIK*, au sein de la case fortement identifiée sur les arts du dimanche matin, par la rubrique *Platine UBIK*, présente des jeunes talents avec les sorties de disques et des interviews des artistes.

**M6** : La politique de M6 en faveur des nouveaux talents prend plusieurs formes.

Au sein des vidéomusiques diffusées, la part des nouveaux talents était de 32% en 2001 et de 45% en 2003. Dans ce volume global des clips de nouveaux talents diffusés en 2003, la part des clips d'artistes M6 Interactions est de 15,85% (à l'exception de Lorie, M6 n'a lancé que des nouveaux talents en 2003).

49 vidéomusiques de nouveaux talents ont été préachetés en 2003, (M6 ne préachetant aucune vidéomusique des artistes M6 Interactions).

L'émission *T comme Talent* consiste en un module court, entièrement financé par M6, non parrainé, qui bénéficie de 20 diffusions sur 15 jours, ce qui permet de toucher 6 à 8 millions de téléspectateurs (aucun artiste M6 Interactions).

*Alternatives*, diffusée chaque jour de 1h30 à 2h30, expose très majoritairement des nouveaux talents des différents genres musicaux. L'émission est regardée par environ 300 000 téléspectateurs.

Plus de 70 heures de concerts d'artistes variés ont été diffusées en 2003.

M6 a été la pionnière avec *Graines de Stars* en 1996 en matière d'émission ayant pour but la révélation de jeunes talents anonymes. Plus de 60 artistes révélés par cette émission ont entamé une carrière musicale. Ont ensuite suivi : *Popstars* et la *Nouvelle Star*.

Les émissions musicales telles que *Fan de*, *Hit machine*, *Plus vite que la musique*, exposent également des nouveaux talents. Elles assurent le relais en accompagnant le développement de la carrière des artistes.

Les émissions de prime time comportent de 10 à 20% de nouveaux talents. Le plus souvent, ces artistes interprètent des golds et non leur propre répertoire. Ceci résulte des contraintes très fortes sur les émissions de prime time et de la nécessité de conserver le public, que malheureusement la nouveauté fait fuir<sup>27</sup>. De même, la multiplication des émissions de variété basées sur le concept de classement est liée à la nécessité de créer un enjeu pour attirer et garder les téléspectateurs. Certes les diffuseurs calculent leurs prises de risques, mais bien souvent, ce sont les artistes eux-mêmes qui ne veulent pas prendre de risques (refus du live).

**La très forte pression qui pèse sur ces grandes émissions de variété de prime time** entraîne un certain nombre de conflits entre les différentes parties prenantes – diffuseur / maison de disques / artiste – chacun reconnaissant y avoir sa part de responsabilité car les enjeux financiers sont déterminants pour tous. Ces conflits devraient pouvoir se résoudre par davantage de dialogue. Hervé Rony demande que ne soit pas fait d'amalgame entre les positions que tel ou tel peut être amené à prendre dans le cours des affaires et les positions collectives de la profession. A cet égard, les difficultés que rencontrent les artistes – confirmés tout autant que nouveaux talents – pour interpréter leurs derniers titres est une vraie préoccupation. Les diffuseurs sont à la recherche de nouveaux concepts qui permettent à la fois de répondre à leurs exigences d'audience en prime time et donc de maintenir des émissions de variété à ces horaires, de donner une exposition aux artistes confirmés pour la promotion de leurs nouveaux titres, et de soutenir les artistes émergents, sachant que ces différentes contraintes ne sont pas faciles à conjuguer.

---

<sup>27</sup> L'ensemble des diffuseurs confirment vérifier ce phénomène à partir des courbes d'audience.



M6 indique par ailleurs s'inquiéter de la tendance actuelle à la baisse – quantitative et qualitative – de la production de vidéomusiques. Ceci pourrait amener une hausse des rotations, préjudiciable pour tous, d'autant que la production internationale reste, elle, au même niveau. En réponse à une question, M6 précise n'imposer aucun formatage des clips, ni critères particuliers.

**Canal +** : La chaîne diffuse peu de musique actuellement. Pour les abonnés, les deux piliers sont le cinéma et le sport. Dans les plages en clair, Canal considère qu'elle devrait être plus présente sur ce territoire, mais est en phase d'interrogation à cet égard. Historiquement, le rôle important de la musique pour Canal +, et inversement, s'explique avant tout par la culture et les goûts de ses premiers dirigeants.

**TF1** : TF1 diffuse aujourd'hui en première partie de soirée 36 émissions de variété, contre 26 en 1996. Cette croissance s'explique essentiellement par les 17 émissions de *Star Academy* en prime time. Le concept même de l'émission est le renouvellement des talents. Cette programmation représentait une importante prise de risques de la part de la chaîne, que le succès des premières éditions ne doit pas occulter. L'émission a renouvelé le genre des variétés et les artistes confirmés de toutes origines y participent (habituellement, ils chantent un duo en direct avec un des participants et leur single en play back).

La programmation de TF1 et le contenu des émissions doivent être conformes à son statut de chaîne généraliste, familiale, commerciale. C'est un fait que les impératifs d'audience pour les prime time (à la fois le niveau de l'audience et le caractère fédérateur des émissions) permettent peu d'exposer les nouveaux artistes ou les nouveaux titres. Dans *Star Academy*, pour limiter les fuites d'audience, les nouveautés sont diffusées juste avant une révélation concernant un des membres de la Star'Ac.

Les représentants de la filière musicale ne contestent pas certains bénéfices de ces **émissions de télé-réalité**, en particulier leur contribution au retour des variétés en prime time. Cependant, ils s'inquiètent vivement de leurs conséquences, compte tenu de la puissance du média télévisuel :

- temps d'antenne excessif, réduisant d'autant la diversité de l'offre musicale,
- éviction des autres artistes de l'accès à la télévision et du marché des disques,
- image faussée, ou en tout cas partielle, des conditions d'émergence d'un jeune talent,
- impact négatif grave de la domination absolue des titres gold sur le renouvellement du répertoire de la chanson française,
- concentration des genres musicaux, du fait du « formatage » de ces nouveaux chanteurs, au bénéfice d'un seul genre.

Il convient donc, au minimum, qu'une compensation s'opère car les constats sont très préoccupants. La télévision ayant, le plus souvent, un poids déterminant dans l'émergence d'un artiste doit respecter des équilibres dans son offre musicale (la télévision dans son ensemble et chaque média spécifiquement, une mission particulière incombant à la télévision publique). Or, des dizaines d'artistes qui sont produits, et diffusés en radio, ne peuvent trouver de débouché à la télévision. Il existe bien une crise de l'exposition musicale à la télévision.

Les représentants de la filière musicale attendent donc que les dirigeants des groupes concernés répondent directement à leurs interrogations dans le cadre des réunions plénières du groupe de travail.

Groupe de travail sur les relations entre télédiffuseurs et filière musicale  
Compte rendu de la réunion du 20 février 2004 : musique classique et autres répertoires

Participants : Fabienne Clérot (France Télévisions), Marc de Florès (France 2), Claude Couderc (France 3), Jean-Marc Merriaux (France 5), Gabrielle Babin (Arte), Jacques Collet (TF1 / LCI), Thierry Cammas (MCM/MEZZO), Pascal Chevalier (MEZZO), David Richard (TV5), Nelly Querol (CSDEM), Aurélie Jimenez (CSDEM), François Derveaux (CEMF), Yves Riesel (Abeille Musique), Jérôme Roger (UPFI), Hervé Rony (SNEP), Dominique Pankratoff (UNAC), Emmanuel de Rengervé (SNAC), André Nicolas (Observatoire de la Musique), Emmanuelle Mauger (DDM), Harold Valentin (CNC), Pascal Dumay (DMDTS), Marianne Revoy (DMDTS), Silvy Castel (DMDTS), Anne Durupty.

**TF1 / LCI :** TF1 a un certain nombre d'obligations de diffusion annuelle dans le domaine de la musique classique : 12 spectacles et 10 heures de concerts donnés par des orchestres nationaux ou régionaux. En 2003, les réalisations ont été les suivantes : 12 spectacles, dont 7 inédits, 15h30 de concerts, dont 9h30 d'inédits. Les investissements dans ce domaine sont annuellement de l'ordre de 370.000 à 400.000 €

Les opéras ou ballets sont diffusés chaque premier dimanche du mois tout au long de l'année et les concerts sont diffusés chaque dimanche du 15 juin au 15 septembre, à l'exclusion du 1<sup>er</sup> dimanche de chaque mois (horaires : entre 1h00 et 3h00 du matin). A titre d'exemple, et pour illustrer la variété de l'offre, voici la liste des spectacles (opéras / ballets) diffusés en 2003 :

- Le Barbier de Séville
- Tosca
- La force du destin
- Shazam (ballet)
- Manon Lescaut
- Don't look back (ballet)
- La jeunesse de Pierre Le Grand
- La flûte enchantée
- La Bohème
- Histoire de la danse (ballet)
- Où êtes-vous Mr Donn (ballet)
- Tribute to George Gershwin

La politique éditoriale consiste à privilégier la qualité : les opéras proposés ont été enregistrés à l'Opéra de Paris, au Théâtre du Châtelet (TF1 diffuse alors après France Télévisions), à l'Opéra Comique, au Théâtre Français de la Musique, à la Scala de Milan, avec des distributions, orchestres, directions d'orchestres et mises en scène prestigieuses. TF1 a ainsi récemment acquis les droits des « Troyens » enregistrés au Châtelet. Chaque fois que cela est possible, et en particulier en matière de chorégraphie, est également privilégiée l'originalité : Shazam, Don't look back, Histoire de la danse.

En matière de concerts, sont diffusés exclusivement des concerts donnés par des orchestres français nationaux ou régionaux. A l'exception de trois opéras achetés à la R.A.I., tous les concerts opéras et ballets diffusés ont été pré-achetés à des producteurs français :

- François ROUSSILLON,
- Telmondis,
- L.G.M.,
- Caméra Lucinda,
- E. M. C.,
- Huit Production,
- Karl More,
- Le Théâtre Français de la Musique à Compiègne (dont TF1 soutient depuis 1987 la politique ambitieuse en matière de production et de création d'opéras français),

sont les principaux partenaires de la chaîne.

**La Chaîne Info**, filiale à 100 % de TF 1, assure un traitement complet du fait musical. Dans le souci de couvrir l'ensemble de l'actualité, et notamment culturelle, Jean-Claude DASSIER, Directeur Général de LCI a inclus dans sa grille de programme depuis la rentrée de septembre 1998, un magazine hebdomadaire intitulé *MusiqueS*. Cette décision reposait sur un constat simple : les journaux des grandes chaînes généralistes ne traitent ce type d'événements qu'en de très rares circonstances liées, soit à la présence d'un (ou une) artiste d'exception sur une scène française - et préférentiellement parisienne -, soit lorsque la « réputation » d'un événement tel qu'un grand festival, en justifie la couverture. Compte tenu de son auditoire, particulièrement sensible à cet aspect de l'actualité artistique, LCI a mis à l'antenne un magazine d'une durée de sept minutes, portée dès la grille de 2000 – 2001 à un format de 15 minutes.

Jacques Collet, rédacteur en chef à LCI a conçu la thématique de ce magazine d'information en tenant compte de l'ensemble des aspects liés à cette actualité : art lyrique (dans les grandes institutions nationales ou régionales), concerts symphoniques et de musique de chambre (à Paris comme en province), artistes qui s'y produisent, festivals de grande ou de moins grande notoriété, actions pédagogiques en direction des jeunes publics, création contemporaine, etc... Les autres thèmes : jazz, musique ethnique, retiennent également l'attention de *MusiqueS*. En règle générale, deux reportages encadrent une rubrique régulière consacrée aux parutions de CD, de DVD et de livres. *MusiqueS* traite tous les sujets, où qu'ils se produisent, en France et dans le monde. En aucun cas, cette émission ne suit la règle de la « promo » telle que les éditeurs, discographiques ou littéraires la conçoivent en fonction d'une stratégie commerciale précise. L'« événementiel » ne trouve sa place dans le sommaire de ce magazine que lorsque la qualité artistique de la circonstance apparaît incontestable.

Le magazine est diffusé à dix reprises principalement le week-end. Horaires de l'année 2003-2004 : le samedi à 14h10 - 20h40 - 00h40, le dimanche à 03h10 - 10h40 - 14h40 - 17h10 - 21h10 et le mardi à 14h10 et 00h10. Le magazine n'est pas repris sur l'antenne de TF1.

A son lancement, le magazine a bénéficié d'un financement de la SACEM. Puis il a été maintenu deux années sans financement extérieur. Depuis septembre 2002, il est parrainé par la Société générale dans le cadre des actions de mécénat culturel de cette société (ce parrainage est cependant loin de couvrir les coûts de l'émission). Les sujets sont produits avec des moyens légers, mais chaque émission bénéficie de 4 heures de mixage. Les liens entre sujets du magazine et ventes dans les magasins spécialisés ont pu être constatés.

**La Chambre Syndicale des Editeurs de Musiques de France** (François Derveaux) souligne la contradiction qui existe entre la vitalité de la création musicale contemporaine et sa quasi-absence de la télévision. De nombreux chiffres témoignent de cette richesse de la création

musicale française. 900 compositeurs symphonistes vivants sont déclarés à la SACEM ; 3 500 œuvres nouvelles sont déposées chaque année et 900 sont créées. La France est ainsi un des pays dont la création est la plus riche, notamment grâce à différentes aides de l'Etat, mais cette création est presque entièrement ignorée par la télévision, qu'il s'agisse de présenter les œuvres ou leurs compositeurs. La situation est un peu meilleure à la radio. Si ce type de musique est moins facile à diffuser que d'autres, cela ne doit pas conduire à l'ignorer, mais à rechercher de nouvelles façons de l'exposer.

**France Télévisions** : dans le cadre de son contrat d'objectifs et de moyens, en cours de conclusion, le groupe public prend un certain nombre d'engagements qui vont au-delà de ses actuelles obligations. En particulier, la partie relative à la musique a été développée. L'exposition des différents genres musicaux doit être améliorée, notamment par des diffusions l'après-midi. La diffusion des Victoires de la Musique classique est pérennisée. La volonté de financer des créations spécifiques pour la télévision est affirmée. France 2 et France 3 s'engagent à diffuser un minimum de 35 spectacles vivants par an ; dans les réalisations, les chaînes vont au-delà avec une quarantaine de spectacles annuels. France 3 doit développer fortement son offre de programmes régionaux (objectif de doublement d'ici 2008) et les captations de concerts et spectacles en régions.

La politique musicale de **France 3** dépasse les obligations fixées à la chaîne. 21 spectacles vivants ont été présentés en 2003, dont 15 heures d'opéra. 4 à 5 heures de musique classique sont présentées en moyenne chaque semaine dans des émissions variées : *Toute la musique qu'ils aiment* (Alain Duault), *Les Matinales*, *Arrêt spectacles*, *Les Victoires de la Musique Classique*, *Les Nuits des musiciens*. France 3 est présente dans de nombreux festivals, de jazz en particulier et en rend compte dans ces émissions. France 3 est d'accord sur le fait qu'elle devrait s'ouvrir davantage à la musique contemporaine et sur les horaires tardifs de la plupart de ses programmations (vers 1 heure pour *Toute la musique qu'ils aiment* et *Arrêt spectacles* et vers 5h30 pour *Les Matinales*). Cependant, sur ce point, ce sont les contraintes de programmation avec lesquelles la chaîne doit composer, dont notamment la diffusion du *Soir 3*, qui conduisent à cette situation. En outre, l'audience d'une chaîne hertzienne telle France3 reste significative aux horaires de nuit. Avec les *Victoires de la Musique Classique*, France 3 prend néanmoins des risques en première partie de soirée et se réjouit du succès de la dernière édition. La chaîne diffuse également les *Victoires du Jazz*.

Jérôme Roger, pour **PUPFI**, déplore, entre autres lacunes, la quasi-absence du jazz de la télévision publique. Alors que les *Victoires du Jazz* constituent le grand événement fédérateur de ce genre, leur diffusion est beaucoup trop tardive et n'a donc pas d'effet. Cet exemple traduit le manque d'ambition du service public en la matière.

Hervé Rony, au nom du **SNEP**, souligne la contradiction dans l'attitude de France Télévisions, qui dit ne pas vouloir « ghettoïser » la musique, mais le fait pour les répertoires spécialisés, comme la musique classique en la diffusant à 1 heure du matin. Les *Victoires de la Musique Classique* servent d'alibi culturel à France 3 et de fortes résistances de la chaîne ont dû être combattues pour que leur diffusion soit maintenue en première partie de soirée. Avec ce genre on est pourtant au cœur des missions de service public. Comment comprendre que France 3 fasse si peu pour la musique classique ou le jazz (en termes d'informations notamment), et programme *C'est mon choix* ?... Les producteurs ont le sentiment de se heurter à un mur et dénoncent les manques flagrants d'efforts de la part de la chaîne. Ils souhaitent obtenir des explications sur cette politique de la part des dirigeants de la chaîne.

La **Chambre Syndicale de l'Édition Musicale** se dit totalement solidaire des propos qui viennent d'être tenus et rappelle que la situation est encore plus problématique en ce qui concerne les compositeurs contemporains.

Fabienne Clérot redit la volonté de **France Télévisions**, dans le cadre de son contrat d'objectifs et de moyens, de diffuser davantage de musique, classique notamment, à des horaires d'écoute significative, tels que les dimanches après-midi et les deuxièmes parties de soirée. En outre, France 2 et France 3 y prennent l'engagement de diffuser un sujet culturel dans chaque édition d'information. Ces sujets pourront permettre d'accueillir des compositeurs contemporains.

Nelly Quérol souligne que les compositeurs contemporains sont totalement ouverts à différents modes d'expression et qu'il serait certainement intéressant qu'ils participent à des journaux et émissions d'information, voir à *C'est mon choix* !

Pour l'**UNAC**, Dominique Pankratoff déplore que l'extraordinaire puissance de France 3 en régions soit sous-utilisée dans le domaine musical, pour la captation et la diffusion de spectacles par exemple. Concernant, d'une manière plus générale, la nécessaire amélioration de la politique musicale de la chaîne, celle-ci doit se donner le temps et le courage d'y parvenir. Les émissions « ghetto » ou alibi actuelles sont choquantes. Nombreux sont ceux qui souhaiteraient un grand magazine de découverte des différents genres musicaux.

Emmanuel de Rengervé fait part de l'approbation par le **SNAC** des propos tenus par les représentants de la filière musicale. Il estime très positive la présence de séquences culturelles dans les journaux d'information. Les efforts requis ne doivent pas concerner que le service public ; des attentes existent à l'égard de l'ensemble des télédiffuseurs, y compris les chaînes privées. Par ailleurs, la complémentarité voulue par France Télévisions entre les chaînes du groupe ne doit pas conduire à l'absence de tel ou tel genre d'une des chaînes.

**France 2** inscrit sa politique au sein de l'offre globale du service public, composé de quatre chaînes hertziennes et des filiales câblo-satellites, chaque support ayant ses spécificités. France 2 propose chaque année de 22 à 25 spectacles vivants, dont un tiers dans le secteur musical. L'émission *Musiques au cœur*, traite des différents genres dans toute leur diversité. Les horaires tardifs des émissions sont compensés par une diffusion en prime time sur MEZZO. A des périodes exceptionnelles (été, fin d'année) France 2 programme également la musique classique à de bons horaires. Selon des formes et des proportions variables, la totalité du domaine est couverte, qu'il s'agisse du jazz, des musiques du monde ou de la musique contemporaine.

Nelly Querol considère néanmoins que les œuvres contemporaines, pour lesquelles il faut se battre en priorité, ont une exposition insuffisante par rapport aux œuvres de patrimoine.

Marc de Florès souligne que la musique contemporaine est moins porteuse et plus difficile à exposer à la télévision et qu'il convient de trouver de nouvelles formes de traitement. La musique contemporaine peut, par exemple, être liée au ballet. Claude Couderc indique qu'il a mis en place des ateliers de réflexion sur ce thème du mode de traitement de la musique classique à la télévision.

Jérôme Roger souligne que le cas de la musique classique est très différent de celui des variétés. Ainsi, ce secteur ne connaît pas actuellement le même type de crise du disque. La

vitalité des festivals est remarquable et leur public augmente. Un exemple récent en est fourni par Les folles journées de Nantes, qui montrent bien que la musique classique peut être un genre populaire. La question du renouvellement du mode de traitement de la musique classique et du jazz à la télévision, notamment posée par MEZZO, et donc particulièrement importante. Pourquoi France 3 ne diffuserait-elle pas dans ces genres une émission du type de *CD'Aujourd'hui* sur France 2 ? Il souhaite, par ailleurs, qu'un lien soit établi entre les travaux de ce groupe et ceux qui feront suite au Rapport Bricard. La question du financement de la production doit également être prise en compte, ce qui est prévu au sein d'une autre réunion thématique.

Concernant le « traitement » télévisuel de la musique classique et ses nécessaires évolutions, Gérard Collet met toutefois en garde contre les tentations de la facilité. La musique classique n'a rien à gagner dans la démagogie. Il a par exemple été choqué par un certain nombre d'interviews d'artistes, traités avec irrespect et vulgarité. Il ne faut pas démissionner face aux exigences du genre.

**France 5** souligne que son audience a augmenté et que, par exemple, ses cases du dimanche matin, consacrées à l'art et à la culture ont un impact important. Elle traite, principalement par une approche documentaire, de l'art contemporain incluant la musique. *UBIK* est un relais d'information sur les sorties de disques et de présentation de personnalités des domaines artistiques et culturels.

**TV5** a renouvelé sa grille au 1<sup>er</sup> février 2004. Elle propose une nouvelle case hebdomadaire musicale le samedi vers 18 heures sur l'ensemble de ses réseaux. Cette innovation a été voulue par Frédéric Mitterrand dont on connaît l'ambition et l'exigence en la matière. Cette émission est consacrée à la création musicale en musique classique, jazz, musiques du monde, ballet contemporain... Elle inclut des captations et des diffusions provenant des partenaires de TV5.

**Arte** : Arte France gère la moitié des approvisionnements de la chaîne en spectacles et musique classique. Grâce aux émissions régulières et exceptionnelles de formats variables et bénéficiant toutes d'une bonne exposition (*Musica* et *Maestro*, dans son format de 45' chaque dimanche à 19 heures + 6 événements par an, 12 opéras annuels dont 6 en première partie de soirée, concerts et ballets du samedi soir, documentaires, etc.), Arte aborde toutes les formes musicales. Les émissions s'ouvrent au jazz et aux autres musiques. Globalement, un des objectifs est d'élargir le répertoire et de s'intéresser à tout ce qui se passe en Europe. Depuis le 3 janvier, le journal culturel européen quotidien consacre des sujets à la musique. Arte est également consciente de sa mission d'archivage pour l'avenir.

L'audience des émissions musicales est croissante. Le bassin des « convaincus » représente 300 à 400 000 personnes et de nombreuses émissions (écoute familiale du dimanche en fin de journée, premières parties de soirée, émissions sur des artistes plus populaires comme Edith Piaf,...) recueillent une audience beaucoup plus importante. Pour Gabrielle Babin, il n'y a aucune incompatibilité entre musique classique ou spectacles et audience populaire.

Arte est à la recherche de nouvelles formes de traitement télévisuel de ces genres musicaux et accorde une grande attention à l'innovation. Par exemple, le dimanche à 20h15 est proposé un rendez-vous chorégraphique de 26', permettant d'exposer ballet et musique contemporaine. Les ballets sont recréés spécifiquement dans ce format pour Arte. Le « pari » n'était pas évident, mais le résultat se révèle particulièrement intéressant. Dans le domaine du jazz, une

expérience a été tentée avec l'enregistrement 10 soirs de suite des 4 plus célèbres clubs de jazz de la rue des Lombards, donnant lieu ensuite à une diffusion quotidienne au sein de la Semaine du jazz. Des moyens de production sophistiqués adaptés aux lieux ont été utilisés. Cette programmation exceptionnelle a eu beaucoup d'échos dans la presse et dans le milieu du jazz, mais les résultats d'audience ont été décevants. Comme toutes les chaînes du monde qui s'intéressent à ces sujets Arte a des contraintes d'audience et de coût et cherche à développer les partenariats et les coproductions pour faciliter et diversifier ses approvisionnements.

Nelly Querol fait part de l'intérêt des compositeurs contemporains pour les réalisations d'Arte et pense que des collaborations pourraient être envisagées.

Groupe de travail sur les relations entre télédiffuseurs et filière musicale  
Compte rendu de la réunion du 26 février 2004 : production de contenus musicaux

Participants : Fabienne Clérot (France Télévisions), Sandrine Soloveicik (France 2), Hélène Peu du Vallon (France 3), Claude Drapeau (France 3), Jean-Marc Merriault (France 5), Yann Geneste (M6), Edouard Boccon Gibod (TF1), Julien Grosslerner (TF1), Michel Brossard (TF1 Entreprises), Thierry Cammas (MCM/MEZZO), Pascal Aron (Arte France), Philippe Vannier (TV5), Emmanuelle Silloray (TV5), Guillaume Gronier (ACCeS), Aurélie Jimenez (CSDEM), Patrick Zelnik (UPFI), Hervé Rony (SNEP), André Nicolas (Observatoire de la Musique), François Chesnais (FCM), Marie Mas Moisy (CNC), Harold Valentin (CNC), Marianne Revoy (DMDTS), Véronique Cayla, Anne Durupty.

Anne Durupty introduit la réunion en précisant son objet. Un des objectifs du groupe de travail étant d'améliorer l'exposition de la musique à la télévision, une des conditions pour y parvenir est de disposer des contenus adéquats. D'où la tenue de cette réunion thématique sur la production de contenus musicaux.

Le sujet est vaste. Il recoupe à la fois :

- les données de base sur le coût, la production et le financement de chacun des principaux genres (captations et créations de spectacles, documentaires, magazines, émissions de plateau, programmes courts, vidéomusiques),
- la question de la forme, des modes de traitement de la musique à la télévision,
- de nombreux sujets de préoccupation plus ponctuels sur lesquels l'attention des responsables du groupe de travail a été attirée : exploitation des archives, musiques des œuvres de fiction, conditions d'utilisation des phonogrammes du commerce,
- la production des DVD.

Le groupe n'a évidemment pas vocation à régler toutes les questions qui se posent, mais il semble utile de cerner et analyser les difficultés qui pèsent sur la production de contenus musicaux et peuvent donc entraver l'offre musicale.

Compte tenu de l'ampleur du sujet, il est probable qu'une deuxième réunion sera nécessaire (peut-être avec d'autres participants dont la présence apparaîtrait utile, notamment producteurs audiovisuels).

Il est proposé de structurer les travaux dans l'ordre suivant :

- **Coût, financement et production des émissions musicales hors vidéomusiques : captations, créations, documentaires, produits courts, émissions de plateau....,**
- Les vidéomusiques,
- Liens entre émissions de télévision et production de DVD,
- Innovations dans les modes de traitement de la musique à la télévision,
- Questions diverses qui n'auraient pas été traitées.



Seul le premier sujet ayant été traité à l'issue de la réunion, une seconde séance est fixée au vendredi 19 mars à 10 heures.

**Le CNC** présente un bilan<sup>28</sup> des productions audiovisuelles musicales aidées en 2003. Les données concernant le spectacle vivant sont jointes en annexe. Celles concernant le documentaire musical seront disponibles ultérieurement.

Le CNC recense 35 sociétés de production audiovisuelle intervenant dans ce secteur et 19 sociétés de production de vidéomusiques.

Depuis 1998, le CNC aide non seulement les créations mais également les captations de spectacles. Leur volume a considérablement augmenté, puisqu'il a été multiplié par 5 en 6 ans (du fait des chaînes locales et des chaînes thématiques).

En effet, entre 1998 et 2003, le volume de captation est passé de 84 heures à 439 heures, le Cosip accordé de 2,9 millions d'euros à 15,2 millions d'euros et le montant des apports diffuseurs de 5,7 à 18,8 millions d'euros. La musique représente 75% du volume du Spectacle vivant et 70 à 75% des financements (détail en annexe).

Au-delà du seul volume, le CNC constate les progrès importants réalisés ces dernières années dans les captations à vocation patrimoniale.

Il mentionne à titre d'illustration quelques opérations emblématiques :

- Classiques archives : Mezzo et France 5, 78 x 52' ; apport des diffuseurs : 1,3 million d'euros et du Cosip : 1,5 million d'euros.
- Jazz Club : 9 x 60' : apport d'Arte : 640 000 € cosip : 370 000 €
- Les Troyens dont le devis global est d'environ 1,5 million d'euros a pu être financé par des apports à hauteur d'environ 25% des diffuseurs (F2,F3,TF1,MEZZO), ainsi que du COSIP, 30% d'acquéreurs étrangers et 15% du Châtelet.

**Le FCM** gère quant à lui le Fonds Audiovisuel Musical. Ce fonds soutient les formes courtes ou moyennes (26 et 52') : reportages sur des musiciens, des artistes, des compositeurs, et des captations. Le montant annuel des aides est de 600 000 euros.

Dans la lignée du rapport de Louis Bricard, en réponse notamment à des demandes de MEZZO, et en concertation avec le SNEP, l'UPFI, le ministère de la culture et le CNC, le FCM a décidé d'aider la production de formats courts en musique classique et jazz. L'aide devrait être effectivement mise en place d'ici un à deux mois. 250 000 euros devraient lui être consacrés en 2004.

Les achats et commandes de programmes par **MCM** se font selon les schémas habituels, en collaboration avec la filière musicale et la production audiovisuelle. Par le nombre de concerts qu'elle capte et diffuse en première exposition, MCM a une action structurante dans le secteur du spectacle vivant. Son objectif est d'accroître son effort budgétaire en fonction de ses moyens.

---

<sup>28</sup> Ce bilan est encore provisoire, les chiffres sont donc susceptibles d'être ajustés.

La situation est plus complexe, s'agissant de **MEZZO**. La deuxième fenêtre de diffusion que constitue MEZZO est pour beaucoup dans l'augmentation des volumes signalée par le CNC. Cependant, la chaîne connaît des difficultés d'approvisionnement. Jusqu'à maintenant, les formats courts ne pouvaient être aidés. Les captations et productions d'émissions sont contraintes par leur coût, que MEZZO ne peut en général assumer seule. Elle cherche prioritairement à s'adosser à une chaîne hertzienne. Or, les cases de diffusion de ces programmes sur les chaînes hertziennes sont rares. Par ailleurs, il est difficile de trouver des producteurs qui prennent des risques sur la captation de nouveaux talents, qui est un des axes forts de l'offre musicale de MEZZO. MEZZO peut s'engager dans quelques productions internationales (avec la RAI ou la BBC par exemple). Mais ces opérations restent exceptionnelles, notamment car il y a très peu de producteurs français qui ont cette envergure internationale. Quelques partenariats peuvent aussi être conclus avec les radios du groupe, par exemple sur des artistes de jazz avec RFM, ou avec les radios publiques, mais ils sont très peu nombreux.

Le récent concert MCM / Europe 2, organisé à Bercy avec diffusion en direct, est un exemple d'un événement monté par deux médias du groupe. Cette très grosse opération en images a requis des budgets importants et ne peut qu'être exceptionnelle. Patrick Zelnik et Hervé Rony précisent que les maisons de disques y ont apporté leur contribution, puisque, comme cela est généralement le cas, elles ont financé les déplacements des artistes.

**TV5** : le financement de l'émission *Acoustic* qui inclut 5 titres live repose en grande partie sur des échanges entre maisons de disques - artistes et la chaîne. TV5 ne paye pas de droits sur les captations ou les artistes (la diffusion Internet est également incluse), mais leur donne le son de l'émission. Les maisons de disques prennent en charge les déplacements. Une évolution apparaît qui peut créer une certaine tension. En effet, les maisons de disques souhaitent de plus en plus souvent que TV5 leur cède également les images de l'émission, sans limitation de durée, en vue de la production de DVD.

D'une manière générale, se pose donc la question du champ de tels échanges dans le financement de la production des DVD. Cette production, souligne Patrick Zelnik, étant un impératif absolu pour les maisons de disques et nécessitant la détention d'images.

**L'ACCeS** fait part de son inquiétude face à la réforme en cours du compte de soutien. Les chaînes du câble qui ont peu de moyens craignent que les aides se concentrent davantage sur les productions les mieux financées, à leur détriment.

Le CNC apporte des précisions sur cette réforme qui doit être formalisée par un décret en cours de signature. Compte tenu de la multiplication du nombre de chaînes locales et de chaînes câblo-satellites, le CNC se trouve confronté à une augmentation très forte de ses charges (des aides attribuées), alors même que ses ressources stagnent puisque les recettes publicitaires des grandes chaînes, assiette principale de ses ressources, ont une croissance très faible. L'inflation des volumes produits se constate principalement en documentaire et spectacle vivant. Il est apparu nécessaire de resserrer les critères d'octroi des aides. Dorénavant, avant de bénéficier du soutien automatique, les projets qui ne bénéficient pas d'un apport minimum de la part du diffuseur de 6 000 euros en cash par heure devront recueillir l'avis de la Commission du spectacle vivant. Ni le barème, ni les coefficients ne sont modifiés. Il s'agit d'une mesure d'assainissement et en aucun cas d'une volonté du CNC de limiter son soutien à ce secteur dont il connaît la fragilité et qu'il s'emploie à aider.

**TF1** consacre environ 100 millions d'euros à l'ensemble de ses émissions musicales, dont un tiers pour la télé-réalité musicale. 400 000 euros sont investis dans la musique classique. C'est le seul secteur pour lequel il est fait appel aux aides publiques. Toutes les autres émissions, y compris les captations (exemples des concerts de Céline Dion ou Johnny Halliday<sup>29</sup> au Stade de France) sont financées à 100% par la chaîne. Le programme court *C.L.A.C* est financé grâce au parrainage d'Orange. Dans nombre de cas, les partenariats avec les maisons de disques sur des artistes exposés par TF1 permettent d'acquérir les droits de diffusion de leurs prestations à un coût avantageux.

A partir du cas de TF1 s'ouvre un débat sur **les émissions de télé-réalité musicale**.

Sans se prononcer du point de vue qualitatif qui relève de la politique du télédiffuseur, Patrick Zelnik en dénonce plusieurs aspects : - la place considérable occupée par ces émissions dans le paysage,- le type de « nouveau talent » qui est mis en lumière à partir du moment où sont interprétées des œuvres du répertoire et non des œuvres originales,- l'impact sur l'ensemble de la production de la qualification d'œuvre d'une de ces émissions,- l'image fautive ou en tout cas partielle qui est donnée du développement d'une carrière d'artiste par la télévision qui ne correspond pas à la réalité du travail de centaines de jeunes artistes,- les effets pervers sur l'ensemble de la filière musicale qui risque de vouloir ou devoir s'adapter au formatage imposé par les chaînes,- les effets d'éviction tant dans l'accès à la télévision que dans l'accès à la distribution en magasins, notamment au détriment des producteurs indépendants...

Hervé Rony indique que la plupart des membres du SNEP ont une position ambivalente par rapport à ces émissions. D'une part, elles ont incontestablement ramené les variétés en prime time et redonné le goût de la variété française au public jeune, en particulier. Mais, d'autre part, elles sont un problème pour les producteurs phonographiques car la responsabilité de la révélation d'un artiste ne relève plus d'eux, mais de la télévision. Le producteur devient, en quelque sorte, le prestataire du diffuseur et cette inversion des rôles n'est pas saine pour la profession.

TF1 apporte plusieurs réponses. Universal a été retenue à l'issue d'un appel d'offres ouvert à tous les producteurs et dans l'émission il n'y a aucun favoritisme à l'égard des artistes de ce producteur ; la présence de ses artistes ne dépasse pas son poids sur le marché et la chaîne y veille. Il n'y a pas de confusion dans les responsabilités des partenaires par rapport à leurs métiers respectifs. TF1 est éditeur, Endemol producteur audiovisuel et Universal est la maison de disques. C'est à elle que reviennent les choix artistiques et la co-exploitation des disques est également gérée par Universal. Les artistes qui ont émergé à l'issue des émissions sont ceux qui ont du talent et ont séduit le public qui les a choisis ; ce n'est pas TF1 qui a imposé ses choix et c'est toujours le public qui a le dernier mot. La télé-réalité musicale a heureusement contribué au renouvellement des genres pour les prime time des vendredis et samedis et ainsi permis la diffusion de variétés ces soirs-là, avec des bénéfices pour toute la filière musicale, jusqu'aux écoles de chant ! La chaîne elle-même a été dépassée par le succès et l'impact de l'émission qui a, par exemple, cumulé un nombre impressionnant de couvertures dans la presse TV. En ce qui concerne le « formatage » des artistes, il ne résulte pas de ces émissions mais était préexistant et résulte principalement du formatage des radios de la bande FM. Quant à la question d'un éventuel effet d'éviction dans les bacs, TF1 n'est pas en mesure de se prononcer.

---

<sup>29</sup> Le coût technique d'une telle captation est d'environ 500 000 euros.

Hervé Rony précise qu'il n'a de fait entendu personne se plaindre d'un favoritisme à l'égard de tel ou tel producteur et que Universal a été retenue pour *Star Academy* et *Pop Stars* dans les deux cas après appel d'offres. Les problèmes ressentis par la filière résultent de deux phénomènes objectifs : - le fait que les producteurs n'ont pas accès direct au public ; ils doivent passer par l'intermédiaire des distributeurs que sont les médias, comme les magasins. Ceci les place de fait en situation de dépendance par rapport aux choix faits par ces intermédiaires, - la puissance de la télévision hertzienne.

Patrick Zelnik souligne que l'accès au marché est de plus en plus complexe et coûteux et que les indépendants sont les premiers à en pâtir. La puissance de la télévision (qui va au-delà des émissions de télé-réalité), comme celle de la radio, les place en situation de dépendance. Ces émissions ont peut-être ramené des variétés en prime time, mais elle apportent l'uniformité et ne relancent pas le processus de création musicale. Comme plusieurs autres membres du groupe de travail, il se réjouit que la télé-réalité ait aussi un impact positif sur les contre-modèles que sont d'autres artistes, dont les jeunes auteurs compositeurs interprètes qui rencontrent actuellement des succès importants.

**M6.** En l'absence d'un administrateur de production de M6, Yann Geneste apporte des informations qui pourront être ultérieurement complétées. M6 conclut une quarantaine de partenariats par an autour de spectacles. La promotion apportée par M6, en échange de la présence de son logo, représente une valeur d'environ 4 millions d'euros. Les coproductions entre M6 et ses filiales thématiques (M6 Music et Fun TV) se développent. M6 renforce ses investissements dans les émissions musicales. Ceux-ci se sont élevés à 43 millions d'euros en 2003, dont 9 millions pour les vidéomusiques. En 2002, le budget était de 28 millions d'euros, dont 8,7 millions pour les vidéomusiques. 2004 confirme la tendance d'un renforcement significatif de ces investissements. Concernant la télé-réalité musicale, M6 considère très positif pour la musique le succès de ce genre en prime time. C'est le fait que ces divertissements musicaux se révèlent porteurs et fédérateurs en termes d'audience qui permet de pérenniser une offre musicale à ces horaires très exposés.

En ce qui concerne la **qualification d'œuvre de l'émission Popstars**, critiquée par les représentants de la filière musicale, celle-ci est conforme à la réglementation actuelle, ainsi que l'a confirmé le Conseil d'Etat<sup>30</sup>. Pour TF1, c'est une bonne chose que le genre documentaire puisse faire l'objet de définitions ouvertes. Ceci permet de renouveler les genres qui entrent dans les obligations de production des chaînes et donc de diversifier l'offre. Le CNC signale qu'une réflexion est en cours dans le cadre de l'Observatoire de la production sur la notion d'œuvre.

Rebondissant sur les propos échangés à propos de la puissance de la télévision, **Arte** déplore que sa propre puissance ne soit pas suffisante pour lui permettre de mener à bien tous les projets qu'elle souhaiterait accomplir. Les plans de financement pour les productions sont de plus en plus difficiles à monter, car d'autres diffuseurs, notamment les chaînes publiques, s'engagent de moins en moins. Quelques coproductions peuvent être réalisées avec les partenaires allemands. La chaîne signale que la conclusion de contrats avec les maisons de disques, concernant les artistes qui se produisent dans ses émissions, sont souvent difficiles. Globalement, Arte consacre annuellement 6 millions d'euros à ses émissions musicales, qui sont des coproductions à 86%. Elle investit en moyenne 300 000 euros par captation et 95 000 euros par documentaire musical.

---

<sup>30</sup> En ce qui concerne la qualification attribuée par le CSA. Le recours contre la décision du CNC est toujours pendant.

Plusieurs représentants de **France Télévisions** n'ayant pu rester jusqu'à la fin de la réunion, des informations complètes ne peuvent être fournies à ce stade. L'investissement dans les productions de stock sont plus difficiles depuis le décret de 2001 qui limite le statut de coproducteur des chaînes. L'accord avec l'Opéra de Paris doit être revu de ce fait. Dans le cadre de l'augmentation prévue de la programmation régionale, France 3 va investir davantage dans la captation et la diffusion des spectacles régionaux et recherchera des accords avec les collectivités locales. Sur les opérations les plus lourdes, l'ensemble des chaînes du groupe mobilisent conjointement leurs moyens. Concernant les partenariats, France 2 intervient sous les formes habituelles de l'échange, pour soutenir spectacles et événements. La chaîne échange généralement promotion contre droits de diffusion.

Un certain nombre d'exemples évoqués, posent la question de la **participation des maisons de disques aux productions audiovisuelles**. Cette participation est-elle souhaitable et légitime ? Quelles formes et quelle ampleur peut-elle prendre ? Hervé Rony considère que chacun doit assumer, notamment sur le plan financier, ses responsabilités et qu'il ne faut pas confondre actions de promotion et production d'émissions. Il n'en est pas moins vrai que les apports en nature sont d'ores et déjà importants et que le souhait de bénéficier d'une exposition télévisuelle peut conduire la filière musicale à financer des émissions de télévision. L'importance croissante que prend la **production de DVD** amène à reconsidérer les rôles traditionnels des uns et des autres, puisque la détention d'images pour la filière musicale devient un nouvel enjeu. Véronique Cayla estime prioritaire que les modalités de production et de détention des droits et, si nécessaire, les systèmes d'aides publiques soient adaptés afin que la filière musicale bénéficie pleinement de l'essor de ce nouveau produit.

Groupe de travail sur les relations entre télédiffuseurs et filière musicale  
Compte rendu de la réunion du 8 mars 2004 : concentration

Participants : Edouard Boccon-Gibod (TF1), Michel Brossard (TF1 Entreprises), Pascal Bourdette (M6 Interactions), Thierry Cammas (MCM/MEZZO), Claude Gaillard (SACEM), Laurence Bony (SACEM), Bruno Lion (CSDEM), Aurélie Jimenez (CSDEM), Emmanuel de Rengervé (SNAC), Dominique Pankratoff (UNAC), Jérôme Roger (UPFI), Antonie Cartier (SNEP), Annie Tesson (DGCCRF), Anne Sommerard (DGCCRF), Valérie de Rozières (DDM), Danielle Sartori (CSA), Marie Mas-Moisy (CNC), Silvy Castel (DMDTS), Anne Durupty.

Cette réunion fait suite à la première organisée sur ce même thème le 11 février, au cours de laquelle s'étaient exprimés les représentants des groupes M6 et France Télévisions.

### **Groupe Lagardère**

En ce qui concerne le secteur musical, le groupe est présent en télévision (chaînes thématiques MCM en France, MCM en Belgique, MCM POP en France, MCM TOP en France et en Europe et MEZZO en France et en Europe), en radio (radios FM musicales EUROPE 2 et RFM) et en distribution physique de disques (Virgin) et dématérialisée (Virginméga). En presse, il ne compte pas de magazine spécialisé sur la musique; ses supports sont principalement grand public.

L'organisation et la culture même du groupe sont fondées sur la coexistence d'entités média, chacune à forte culture d'entreprise et disposant chacune de leur positionnement spécifique et de leur autonomie. Hormis la mise en commun de moyens organisationnels et financiers, il n'y a pas d'objectif stratégique d'intégration entre les différentes entités.

Les radios et les chaînes thématiques ont chacune leur cible : 15-30 pour EUROPE 2, adultes pour RFM, 15-24 / 15-30 pour MCM, 15-24 pour MCM TOP, adultes pour MCM POP.

Chaque média a sa propre politique artistique et conduit seul ses actions marketing et ses partenariats.

Bien entendu, les convergences entre les cibles TV/Radio conduisent à des partenariats naturellement complémentaires entre d'une part MCM et / ou MCM TOP et/ou EUROPE 2, d'autre part MCM et/ou MCM POP et /ou MEZZO et RFM.

Mais, ceci n'est le résultat que des choix exprimés par les partenaires et en aucun cas la conséquence de propositions liées.

Quelques actions, à caractère exceptionnel du fait de leur forte valeur ajoutée événementielle sont à noter, comme par exemple l'événement « EUROPE 2 Live » du 14 février 2003 simulcasté sur MCM (a contrario, l'opération pour la diffusion en direct de deux concerts du groupe INDOCHINE à Bruxelles et Paris, le 24 janvier dernier, a été réalisée en partenariat avec RTL2).

Les maisons de disques sont les plus dynamiques pour le développement des partenariats, et ce en fonction des médias les plus affinitaires par rapport aux différents projets. Elles connaissent parfaitement le rôle spécifique de chaque antenne et font systématiquement jouer

la concurrence. Toutes les combinaisons sont donc ouvertes pour MCM, dans les limites des moyens de ses chaînes thématiques, au sein comme en dehors du groupe.

Cependant, MCM regrette de se heurter depuis presque 8 ans à des refus systématiques de partenariats de la part du groupe NRJ.

En réponse à une question de Dominique Pankratoff, Thierry Cammas estime que les partenariats sont indispensables tant pour les médias que pour les artistes pour atteindre l'exposition souhaitée et accélérer la mise en œuvre de projets artistiques.

Dans le cas de MEZZO, la collaboration avec les chaînes publiques est particulièrement fructueuse.

Thierry Cammas répond à Jérôme Roger que MCM, compte tenu de sa contribution actuelle à l'audience musicale TV globale, n'a jamais conclu d'accord au rendement avec une maison de disques. De même les chaînes MCM ne montent pas d'opération de type co-production, co-exploitation ou autre. Elles s'en tiennent strictement à leur rôle d'éditeur de service de télévision.

Ceci n'empêche pas MCM d'être attentif au développement de ses revenus publicitaires et para-publicitaires, compte tenu de la diminution inévitable à terme de la part des ressources issues des abonnements au câble et au satellite au profit de celle des recettes publicitaires.

C'est pourquoi, sans aucune velléité organisée d'intégration de son modèle économique, la priorité pour MCM et ses chaînes reste donc de renforcer leur puissance par augmentation de leurs audiences totales, afin de convaincre toujours mieux les annonceurs.

## **Groupe TF1<sup>31</sup>**

Michel Brossard et Edouard Boccon-Gibod présentent la politique du groupe et précisent les modalités d'intervention des différentes structures, en réponse aux questions des participants à la réunion.

TF1 Entreprises, filiale à 100% de TF1, intervient dans trois secteurs : les licences, l'édition de jeux de société<sup>32</sup> et la musique, via son département TF1 Musique. Sa filiale Une Musique a, quant à elle, aujourd'hui exclusivement des activités d'édition musicale graphique. Il s'agit donc d'un retour à son métier d'origine. Après avoir à une époque signé directement quelques contrats d'artistes, Une Musique a totalement cessé cette activité depuis deux ans. La position du groupe TF1 est claire : il n'a pas vocation à être une maison de disques. Au total pour les deux sociétés, 8 personnes sont impliquées dans le secteur musical et le chiffre d'affaires réalisé dans ce même secteur est d'environ 20 millions d'euros.

Par ailleurs, TF1 détient à 100% la société GLEM depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2004 et sa filiale Baxter (société d'édition phonographique liée à Universal par un contrat de distribution). Cette filiale est en cours de fermeture et ses activités ne seront pas poursuivies. Concernant GLEM, elle doit se recentrer exclusivement sur la production audiovisuelle et sur la production de la tournée de la Star Academy. Elle cesse ses autres activités de production de spectacles (comédies musicales), TF1 considérant que celles-ci requièrent des investissements trop importants pour des résultats très risqués.

---

<sup>31</sup> Cf. également compte rendu de la réunion plénière du 4 mars.

<sup>32</sup> Cette activité est un des principaux axes de développement de TF1 Entreprises, notamment à l'étranger.

TF1 Entreprises conduit 4 à 5 opérations de co-exploitation par an avec des maisons de disques, dont la plus importante est la traditionnelle opération de l'été. Les partenaires sont divers et TF1 Entreprises veille à maintenir un équilibre entre eux : en 2003, Era 3 avec Universal, Chihuahua avec BMG, Liane Foly avec Virgin, Priscilla avec Zomba, Yves Duteil avec Inca. TF1 et TF1 Entreprises sont l'objet de nombreuses sollicitations, en particulier pour l'opération de l'été. Le choix se fait conjointement entre les deux sociétés, sur la base de l'intérêt artistique du projet pour l'antenne et du compte d'exploitation prévisionnel. Comme pour les autres accords, la durée en est limitée et il s'agit d'un partage à 50/50 des charges et des recettes. La campagne publicitaire est gérée par la maison de disques, selon les tarifs dont elle peut bénéficier<sup>33</sup>. Sur une quinzaine d'opérations d'été réalisées jusqu'à présent, seules 5 ont été de réels succès, car il n'est pas facile de réunir sur un titre les critères nécessaires : musique susceptible de séduire rapidement un public familial tel celui de TF1, de « faire danser » pendant l'été,....

Les clips concernés par ces opérations de co-exploitation ne bénéficient pas d'une sur-exposition à l'antenne par rapport aux autres clips diffusés par TF1 dans le cadre de sa programmation. Ainsi, 26 clips différents ont été diffusés en 2003, dont 8 correspondant à des opérations de TF1 Entreprises (accords de 2003 et fin des accords de 2002). Ils ont représenté environ 500 diffusions sur un total de 1650.

TF1 Entreprises co-exploite également les disques issus de la Star Academy avec Universal. Dans ce cas le partage porte non sur les recettes, mais sur les résultats des différents projets. Universal gère intégralement ces opérations. Le choix des titres se fait sur des critères artistiques et non par rapport au(x) détenteur(s) des catalogues concernés. Ainsi, l'éditeur de plus de la moitié des titres est Warner Chappell. Le titre phare de cette année, *L'orange*, est édité par BMG.

Les revenus annuels de Une Musique, provenant des versements de la SACEM varient entre 500 et 900 000 euros. Cette activité est stable ; elle porte presque exclusivement sur la co-édition des musiques de téléfilms co-produits par TF1 et sur lesquels Une Musique souhaite co-détenir à 50% les droits. Dans ce cas, Une Musique finance à 50% la commande de la musique. La réglementation<sup>34</sup> limite l'acquisition par la chaîne de droits autres que de diffusion télévisuelle, puisqu'une telle acquisition (incluant les droits sur la musique) n'est possible qu'à hauteur d'un tiers de ses investissements dans la production. La détention des droits sur la musique concerne ainsi environ 15% des œuvres audiovisuelles françaises acquises par TF1. Cette détention ne concerne jamais des coproductions internationales. Malheureusement, le succès à l'étranger de séries co-produites par TF1 (*Sous le soleil*) constitue une exception et les recettes provenant de l'étranger sont très faibles.

Plusieurs participants font allusion à une réunion qui s'est tenue à TF1, entre des représentants de la chaîne et des compositeurs de musique, au cours de laquelle des consignes de « formatage » des musiques de téléfilm aux couleurs de TF1 auraient été données aux

---

<sup>33</sup> TF1 rappelle à ce propos, que sa filiale TF1 Entreprises ne bénéficie d'aucun traitement privilégié de la part de TF1 Publicité. Les instances de la concurrence considérant que la chaîne est en position dominante sur le marché publicitaire, et TF1 Vidéo ayant été condamnée par le passé pour les conditions qui lui étaient accordées par la régie, le groupe est particulièrement vigilant sur cette question.

<sup>34</sup> Il s'agit du décret du 9 juillet 2001 sur les obligations de production audiovisuelle des chaînes hertziennes. Celles-ci doivent consacrer au minimum les deux tiers de leurs investissements dans les œuvres audiovisuelles à de la production indépendante. Pour que la production soit qualifiée d'indépendante, il faut notamment que la chaîne acquière les seuls droits de télédiffusion, pour une durée limitée dans le temps.



compositeurs. TF1 conteste cette version des faits. Par contre, une composition a été refusée par la chaîne et est peut-être à la source de ce mécontentement des compositeurs.

Au cours des discussions, Pacal Bourdette apporte également certaines précisions concernant **M6 Interactions** en complément de la réunion du 11 février. Il rappelle que M6 Interactions est directement impliquée dans la production phonographique et détient une part de marché d'environ 4%. Au sein de M6 Interactions, une trentaine de personnes travaillent pour le secteur musique. A propos des comparaisons entre la France et l'étranger, il estime que les tarifs préférentiels dont bénéficie le secteur de l'édition phonographique pour l'accès à la publicité télévisée sont une des raisons de l'implication des télédifuseurs dans cette activité.

Groupe de travail sur les relations entre télédiffuseurs et filière musicale  
Compte rendu de la réunion du 19 mars 2004 : production de contenus musicaux

Participants : Fabienne Clérot (France Télévisions), Pascale Didelet (France 2), Rachel Kahn (France 3), Jean-Marc Merriaux (France 5), Hélène Saillon (M6), Julien Grosslerner (TF1), Michel Brossard (TF1 Entreprises), Thierry Cammas (MCM/MEZZO), Philippe Vannier (TV5), Emmanuelle Silloray (TV5), Dominique Pankratoff (UNAC / SNAC), Bruno Lion (CSDEM), Aurélie Jimenez (CSDEM), Jérôme Roger (UPFI), Antonie Cartier (SNEP), Danielle Sartori (CSA), Marie Mas Moisy (CNC), Laurent Cormier (CNC), Marianne Revoy (DMDTS), Silvy Castel (DMDTS), Anne Durupty, Pierre-Olivier Bardet (Idéale Audience), Fabrice Coat (Program 33), Carlo Nataloni (Vidéocité – Séquence SDP), Julien Rigoulot (Cosa).

Anne Durupty rappelle que cette réunion fait suite à celle qui s'est tenue le 26 février 2004 également sur le thème de la production de contenus musicaux. Les principaux thèmes à l'ordre du jour sont la production des vidéomusiques et les liens entre production de programmes de télévision et de DVD. Elle remercie de leur présence à cette réunion les producteurs audiovisuels.

En ce qui concerne les **vidéomusiques**, les problématiques qui ont émergé lors des débats précédents portent sur :

- la baisse de la production liée à la crise économique du secteur,
- les conséquences de la double nature du clip qui est à la fois une œuvre audiovisuelle et un instrument de promotion : partage des responsabilités entre producteurs phonographiques et audiovisuels ; attributaires des aides (le CNC attribuant des aides aux producteurs audiovisuels).

Le CNC présente les grandes caractéristiques de son système d'aide à la production de vidéomusiques d'expression française. Il s'agit d'une prime à la qualité attribuée après visionnage, destinée à être réinvestie dans une autre vidéomusique. 100 à 110 clips sont visionnés chaque année et le taux d'attribution de la prime est de 42% en 2003 (taux stable par rapport aux années antérieures). Le coût médian d'un clip est de 70 000 euros.

Jérôme Roger pour l'UPFI indique que les clips des indépendants sont dans une situation très marginalisée du fait de la politique d'exposition des télédiffuseurs. En effet, l'explosion des chaînes thématiques et donc du volume de clips diffusés n' a eu que peu d'impact sur le marché des vidéomusiques. 80% des droits de diffusion proviennent de M6. La SCPP et la SPPF ont conclu des accords avec une vingtaine de chaînes thématiques, mais l'acteur dominant reste bien M6. Le passage sur cette chaîne est déterminant. M6 préachète chaque année 150 clips (sous forme de passages garantis) dont au minimum 30 de nouveaux talents, par rapport au total de la production française qui est de 200 à 250 clips. Il évalue également le coût moyen à 70 000 euros environ. Les producteurs indépendants se plaignent du « formatage » imposé par M6 et les autres diffuseurs qui, par souci d'audience, limitent leur prise de risques sur les clips. Une part importante de la production est donc évincée de la diffusion (moins de 50% des clips produits par les indépendants seraient diffusés). La diffusion n'étant pas garantie, le financement d'un clip pour un producteur indépendant est

extrêmement difficile, alors qu'il s'agit d'un outil indispensable. Jérôme Roger cite un chiffre issu d'une étude réalisée il y a une dizaine d'années qui montrait que la diffusion d'un clip permettait de l'amortir à hauteur maximal de 50%. Ce taux ne s'est pas amélioré. Quant aux différentes aides (CNC + FCM + sociétés civiles) leur cumul représente environ 30% du coût de production d'une vidéomusique.

Le SNEP (Antonie Cartier) indique que l'essentiel du financement du clip est supporté en interne par les majors. C'est effectivement une économie déficitaire, qui relève des frais de promotion. Une étude montre que chez les 15 – 24 ans, la vision du clip est un des premiers motifs d'achat du disque. La production a légèrement baissé en quantité, corrélativement à la baisse de la production de disques. Mais les trois quarts des singles sortent avec le support clip.

Julien Rigoulot déplore que la qualité ne soit pas un critère de diffusion des vidéomusiques. Sous l'impact des émissions de télé-réalité, des produits « kleenex », des publics très jeunes d'artistes telle Lorie, il y a peu de place pour l'expression des réalisateurs. L'émission *Alternatives* est un des rares espaces ouvert à des clips eux-mêmes alternatifs. Or, de nombreux réalisateurs de longs métrages viennent du clip et il est important que cette production soit soutenue.

De même, Fabrice Coat estime que dans une vidéomusique la partie audio prime sur la partie image à laquelle il n'est pas accordé suffisamment d'importance. Les clips sont ainsi uniformisés, « inodores » et peu créatifs, par crainte de toute prise de risque sur l'image de l'artiste. M6 en a une part de responsabilité, car les producteurs ressentent cette pression et anticipent eux-mêmes cette attente de produits formatés. Par ailleurs, il considère normal que le financement du clip revienne au producteur phonographique, puisqu'il s'agit du premier outil de promotion du disque, peu coûteux en comparaison, par exemple, avec une campagne publicitaire.

Hélène Saillon conteste tout « formatage » de la part de M6. La playlist de la chaîne dans le cadre des 30% de sa programmation consacrés à la musique est particulièrement large, plus que celle de nombre de radios musicales. Par des expositions et des émissions variées, le panel d'artistes présents à l'antenne de M6 est d'une grande diversité. En outre, le passage d'un clip est un formidable outil de promotion, puisqu'ils sont annoncés et désannoncés, ce qui n'est pas le cas des disques en radio. M6 ne commande ni ne coproduit les clips, elle les préachète. Elle n'a donc pas d'influence sur leur contenu. Les clips qui sont refusés le sont principalement sur des critères de violence (c'est assez fréquent pour le rap), ou car ne correspondant pas au cœur de cible de la chaîne (15 – 35 ans). Les programmeurs de M6 aiment la musique et ont à cœur de faire découvrir aux téléspectateurs les nouveautés et la diversité de la production, tout en devant respecter la ligne éditoriale grand public d'une chaîne hertzienne. Par ailleurs, ce débat sur les places relatives de la musique commerciale et la musique « alternative » a toujours existé et n'est pas propre au clip.

Bruno Lion indique que les éditeurs qu'il représente interviennent à la marge en appui de l'économie très déficitaire qu'est la production de clips. Compte tenu de la crise actuelle du secteur du disque et du fait que la production de vidéomusiques n'a pas d'économie propre, il craint un effondrement de la production dans les mois à venir (une division par deux de la production de nouveaux clips lui paraîtrait vraisemblable) et la constitution d'un marché à deux vitesses.

Thierry Cammas pense que la double nature du clip aboutit à des contradictions insolubles. Il y a une logique à ce que le clip ne soit pas rentable, puisqu'il s'agit en premier lieu de frais de promotion. Mais, le manque de clips qui se fait sentir est très préoccupant, que ce soit pour les diffuseurs ou pour les artistes. Il pense que les clips pourraient souvent être moins chers et plus créatifs et qu'il n'y a pas de corrélation entre le coût d'une vidéomusique et son audience potentielle. Les goûts des 15-24 ans ont évolué et la production doit s'y adapter. En ce qui concerne l'uniformité de l'écriture, elle vient autant de l'extérieur que du marché français.

Pierre-Olivier Bardet considère au contraire que des réalisations de qualité supposent des budgets relativement élevés et que la crise du clip ne peut se résoudre par une baisse des investissements.

Plusieurs diffuseurs et producteurs audiovisuels expliquent que les coûts de diffusion des clips sont un frein à leur programmation et que ces coûts devraient aujourd'hui être revus. Ainsi, TF1 souhaiterait que les tarifs soient modulés en fonction des horaires de diffusion, ce qui pourrait l'inciter à diffuser des clips la nuit ; le coût à la minute est actuellement trop cher pour cela. TV5 indique qu'elle diffusait 20 à 23 000 clips par an, mais a dû cesser cette diffusion sur son signal France et Europe compte tenu d'un budget prohibitif pour elle (2,5 millions d'euros). Le budget clips est aujourd'hui de 350 000 euros, et ce retrait est préjudiciable à l'exportation de la musique francophone. Fabrice Coat explique qu'Arte lui demande de ne pas intégrer de clips dans l'émission *Tracks* compte tenu de leur coût. De même, France 5 fait financer par le producteur audiovisuel de l'émission toute éventuelle inclusion de clip dans *UBIK*, après avoir constaté le coût excessif pouvant résulter de telles inclusions. Dans le cadre de la future chaîne de la TNT « Festival » France Télévisions souhaitera programmer des vidéomusiques, mais pourrait être limitée par les moyens à affecter à ces programmes.

Jérôme Roger rappelle « le bras de fer » entre dirigeants de M6 et majors aux débuts de l'existence de la chaîne, pour aboutir à un accord sur la rémunération des clips. Les tarifs de diffusion qui résultent d'accords historiques ont une cohérence et sont fondés sur des critères objectifs (caractéristiques de la chaîne, desserte,...). Même si ce sont les majors plus que les indépendants qui sont leaders sur cette question des tarifs, il ne lui paraît pas envisageable de remettre en cause la construction tarifaire durement acquise. Le SNEP partage cette opinion.

Autre facteur qui handicape la production et le financement des clips selon Julien Rigoulot : le fait que les producteurs phonographiques refusent aux producteurs audiovisuels le statut de coproducteur ; ils limitent ainsi les apports possibles. Bruno Lion et Jérôme Roger contestent cette appréciation. A la base de tout, il y a l'œuvre musicale et l'artiste et il est normal que les droits sur un clip restent du côté de la filière musicale.

Au titre des pistes susceptibles d'améliorer la situation, Jérôme Roger souhaite que M6 accroisse ses efforts d'exposition de clips de tous styles musicaux. A l'instar de ce qui a été fait il y a quelques années en collaboration avec le ministère de la Culture et les salles de cinéma, il pense qu'une opération événementielle pourrait donner utilement un coup de projecteur sur le clip. Il lui semble impossible de demander des efforts financiers supplémentaires aux producteurs de phonogrammes, alors que le disque connaît actuellement une crise sans précédent.

Fabrice Coat estime au contraire indispensable que soient assouplies les règles d'utilisation des clips et que soient renégociés des tarifs plus incitatifs. Par ailleurs, le clip doit être relancé en tant qu'œuvre de création ; c'est par dérive qu'il est devenu un produit de commande.

Silvy Castel rappelle que les producteurs phonographiques s'étaient engagés, dans le cadre d'une réunion organisée au FCM sur les sujets liant les producteurs de phonogrammes et les producteurs audiovisuels, à mener une concertation sur les conditions déontologiques de leur collaboration. Il est souhaitable que ces discussions s'ouvrent dans les meilleurs délais.

Le débat porte ensuite sur le **développement de la production de DVD**. La plupart des participants sont optimistes sur la croissance de ce marché encore très jeune, et la question essentielle est celle de la détention des droits sur les images.

Carlo Nataloni explique que les maisons de disques s'adressent aux producteurs audiovisuels, en tant que détenteurs de droits, et que les partages des droits et des retours se font assez naturellement. De leur côté, les télévisions ont un besoin croissant d'images de plus en plus spécifiques. De nouveaux concepts créatifs émergent très rapidement (ex. du DVD de Jean-Louis Murat). Les demandes des télévisions et des maisons de disques se différencient et le marché devrait s'organiser en collaboration entre les parties concernées.

Dans les secteurs musique classique, jazz et world, dont est spécialiste Pierre-Olivier Bardet, le marché du DVD ne peut en financer la production à lui seul. Il s'agit de marchés de niches, internationaux. Au mieux, on peut espérer vendre 80 000 exemplaires des DVD. Il faut donc multiplier les sources de financement avec les télévisions, les maisons de disques,... Dans le cas de La Roque d'Anthéron, il a ainsi produit 12 heures de programmes pour la télévision et 8 DVD, le financement provenant de MEZZO, Arte, Naïve et de partenaires coréens et japonais.

Le coût de production d'un DVD musical varie de 100 000 à 1 million d'euros (pour un opéra). Les producteurs audiovisuels deviennent des gestionnaires de droits et doivent gagner la confiance des autres intervenants quant à leur capacité à assumer cette fonction centrale.

Le débat autour de la production des DVD montre que les pratiques sont encore mouvantes compte tenu de la nouveauté de ce marché.

La multiplication des « tuyaux » de diffusion exploitant plus ou moins les mêmes matières suppose un ajustement des métiers pratiqués par les uns et les autres et de redéfinir la chaîne de création de valeur<sup>35</sup>. Il faudra certainement développer les partenariats, alors que chacun a tendance à revendiquer la détention légitime d'un maximum de droits : producteurs de phonogrammes, producteurs audiovisuels, producteurs de spectacles,... Les producteurs phonographiques ont besoin de prendre pied dans la production de DVD de la même manière qu'ils produisent les disques, mais la production d'un DVD est dix fois plus coûteuse que celle d'un disque. Certains cherchent à résoudre le problème en devenant producteur audiovisuel. Les télédiffuseurs affichent une certaine neutralité par rapport à ces débats.

Au titre des **questions diverses**, TF1 prenant la parole au nom des chaînes hertziennes fait part de leur préoccupation sur les **conditions d'utilisation des phonogrammes du commerce**. Suite à plusieurs contentieux et décisions de la Cour de Cassation, la portée de la

---

<sup>35</sup> Par exemple, est-il normal que TV5 doive céder gratuitement aux maisons de disques les droits sur les images tournées pour l'émission *Acoustic*, alors que jusqu'à présent elle ne cédait que le son ?

licence légale couvrant l'utilisation de phonogrammes du commerce par les télévisions en échange de la rémunération équitable se trouve aujourd'hui remise en cause. Les incorporations de disques dans les émissions devraient relever du droit exclusif supposant autorisation et rémunération spécifiques. Les télévisions ont une double préoccupation : ne pas rester dans l'insécurité juridique, ne pas « payer deux fois » pour l'utilisation de phonogrammes. En outre, rendre plus complexe et plus coûteuse l'utilisation de disques par les télévisions est contradictoire avec l'objectif de développement de l'exposition musicale.

Jérôme Roger explique que dès que sera connue la décision attendue de la Cour de Cassation qui viendra clore le débat juridique, il conviendra d'ouvrir des négociations sur la portée et la rémunération de la licence légale d'une part, et du droit exclusif d'autre part.

Pierre-Olivier Bardet indique que le producteur audiovisuel doit effectivement négocier l'insertion de phonogrammes dans les programmes qu'il produit, mais en estime le coût prohibitif. Pour lui, l'ensemble des contraintes et des coûts liés à l'utilisation de la musique à la télévision représentent un obstacle à une meilleure exposition de celle-ci et devraient être réenvisagés.

Une autre source de difficultés résulte de la **complexité d'exploitation des archives** et d'acquisition des droits de diffusion des clips anciens.

Groupe de travail sur les relations entre télédiffuseurs et filière musicale  
Compte rendu de la réunion du 24 mars 2004 : musique classique et autres répertoires

Participants : Marc de Florès (France 2), Yves Bigot (France 2), Claude Couderc (France 3), Gabrielle Babin (Arte), Jacques Collet (TF1 / LCI), Pascal Chevalier (MEZZO), Nelly Querol (CSDEM), Aurélie Jimenez (CSDEM), Pierre Henry (CEMF), François Derveaux (CEMF), Jérôme Roger (UPFI), Hervé Rony (SNEP), Emmanuel de Rengervé (SNAC), Camille Rancière (Zig-Zag Territoires), Yann Ollivier (Universal Classics), Marie Mas-Moisy (CNC), Danielle Sartori (CSA), Pascal Dumay (DMDTS), Silvy Castel (DMDTS), Anne Durupty.

Cette réunion fait suite à celle qui s'est tenue sur le même thème le 20 février 2004.

Pascal Chevalier présente la programmation de **MEZZO**.

La grille et l'habillage de la chaîne ont été profondément remaniés en octobre dernier, pour en faire une chaîne musicale à part entière. Le flux musical est organisé pour répondre au mode de consommation spécifique d'une chaîne thématique. L'offre est plus simple et moins excluante pour toucher le plus large public. La lisibilité de la grille a été améliorée avec des rendez-vous fixes. Des plages de diffusion de formats courts musicaux ont été instaurées, pour un total de plus de six heures par jour.

Le prime time de MEZZO à 20h50 *MEZZO CLASSIC* est consacré à un thème spécifique chaque soir de la semaine : opéra le samedi, danse le dimanche, jazz le lundi, festivals le mardi, Europe le mercredi, magazine le jeudi et concert le vendredi. Les émissions de prime time sont rediffusées dans la journée. Le jeudi soir sont programmés *Musiques au cœur* d'Eve Ruggieri, qui bénéficie ainsi d'une exposition en prime time, puis *D'un air entendu*, magazine de 26' présenté par Daniela Lumbroso. Dans cette émission sont accueillis aussi bien des stars que des jeunes artistes. Dans le cadre de la case *Classic Europe*, des programmes sont échangés avec des partenaires de différents pays et des focus sont faits sur un pays.

Du lundi au vendredi, la deuxième partie de soirée débute à 22h50 et est consacrée au jazz (*Jazz Clubbin'*) ; les samedi et dimanche elle traite des musiques du monde à partir de 23h50 (*World Clubbin'*).

Le journal d'actualité *Mezzo Mag*, produit à partir du réseau régional de France 3, est multidiffusé quotidiennement. Il est de 5' en semaine et de 26' le week-end et traite de toute l'actualité de ces genres musicaux. Une version longue de *Mezzo Mag* est sous-titrée en anglais le week-end pour le public européen.

Sous l'intitulé *Mezzo Emotion* les plages horaires 6h-10h, 13h-14h, 19h-20h30 sont consacrées aux formats courts. Il s'agit à la fois de vidéomusiques et d'extraits de captations. Ces programmes sont accompagnés à l'antenne de l'annonce du nom des œuvres, de leurs auteurs, compositeurs et interprètes. Ils sont multidiffusés. L'objectif est d'initier à la musique classique et au jazz un très large public et de l'attirer ensuite sur des formats longs. MEZZO détient un stock de 700 « clips ». Leur durée varie de 2/3 à 6/7 minutes. Une large place est faite aux jeunes interprètes.

Chaque jour à 14h, une case culturelle est dédiée aux portraits, documentaires, master class, ... *Mezzo junior* le samedi et le dimanche à 10h et le mercredi à 18h fait découvrir la musique aux plus jeunes. *Iberica* met chaque dimanche à 11h la musique ibérique à l'honneur.

Au titre des événements, Pascal Chevalier cite la diffusion des Troyens, et l'opération Orfeo dans laquelle est actuellement engagée MEZZO avec l'opéra de Lyon. Chaque soir pendant cinq semaines est diffusé un module de 6' (format de 26' le week-end) montrant tout le processus de création en amont de la représentation de l'opéra, qui sera diffusé en direct le 17 avril. La chaîne s'est impliquée dans la production d'une importante série de 50 modules de 6' sur des artistes contemporains, intitulée *Traces d'artistes*.

Deux millions de foyers sont abonnés à MEZZO en France et huit millions en Europe dans 25 pays, allant de l'Ukraine à Israël en passant par la Roumanie ou l'Espagne. Mezzo est encore absente de l'Allemagne, l'Angleterre et l'Italie et s'emploie à y être reprise. L'audience de la chaîne suit une tendance positive. Le dernier Mediacabsat, la crédite de 200 000 contacts (d'au moins 60'') par semaine.

MEZZO diffuse 30 heures de programmes frais par semaine ; son budget de programmes est de 2,5 millions d'euros et son coût de grille hebdomadaire de 200 000 euros environ.

En réponse à une question de Pierre Henry, Pascal Chevalier indique que la musique contemporaine est présente essentiellement dans les formats courts, qui en facilitent l'approche.

La question des **clips ou formats courts** est l'objet d'un débat nourri.

Pour MEZZO, cette diffusion sur laquelle elle fait un pari fort est encore trop récente pour pouvoir en faire un bilan. Globalement, les réactions sont positives et les premières indications d'audience sont bonnes. En ce qui concerne l'approvisionnement, il faut qu'un marché de ces formats courts se mette en place. En cas d'utilisation d'extraits de concerts les autorisations des différents ayants-droits sont bien sûr toujours demandées. Lors des pré-achats la possibilité de diffusion d'extraits est maintenant également prévue. A l'avenir, l'existence de séquences d'images devrait croître avec la production de DVD. A l'heure actuelle, la source principale est la captation de concerts et spectacles. MEZZO souhaite que se développe une véritable création de formats courts en musique classique et jazz, avec un savoir-faire et des modes de réalisation spécifiques.

Une aide financière pour leur production vient d'être mise en place dans le cadre du FCM (c'est-à-dire avec un financement provenant à la fois du CNC, du ministère et des sociétés civiles). Il s'agit par ailleurs d'une des préconisations du rapport de Louis Bricard<sup>36</sup>.

Les chaînes hertziennes témoignent par contre de peu d'intérêt à l'égard de ces programmes par rapport aux besoins de leurs antennes. Arte peut commander des créations originales de format court, mais très rarement et dans le cadre d'opérations exceptionnelles. France 2 et France 3 expliquent que :

- leurs antennes sont déjà très sollicitées par les programmes courts et l'impact n'est réel que par une multidiffusion ou de très bons horaires d'exposition,
- le parrainage de tels programmes en musique classique leur semble à peu près impossible à obtenir,

---

<sup>36</sup> « Constitution d'un fonds d'aide à la création de programmes courts de musique classique alimenté par principalement par le CNC, le FCM, le ministre de la culture et de la communication et soutenu par les sociétés civiles de la filière musicale ; concertation avec les diffuseurs (principalement le service public) pour diffusion de ces programmes courts de musique classique. »



- le coût à la minute de ces programmes, s'il s'agit de véritables créations, est élevé. Le budget des unités « musique classique, spectacles » n'étant pas extensible, elles préfèrent concentrer leurs moyens sur les émissions de format traditionnel et les opérations exceptionnelles, cœur de leur programmation.

Par ailleurs, dans le cadre de *CD'Aujourd'hui*, jazz et musiques du monde sont pris en compte.

Jacques Collet craint que de tels programmes courts soient le moyen pour un diffuseur de se donner bonne conscience, alors qu'ils ne peuvent être une fin en soi.

En ce qui concerne le financement de ces programmes, qui pose problème du fait de la faiblesse des moyens de MEZZO principal diffuseur à l'heure actuelle, Jérôme Roger indique que les maisons de disques, quel que soit leur intérêt pour ces nouveaux formats, ne peuvent les financer. Il se demande si la nouvelle loi sur le mécénat peut déboucher sur de nouvelles possibilités de financement en provenance des entreprises ? Hervé Rony, approuvé par Nelly Querol, tient à rappeler que, par principe, les producteurs phonographiques n'ont pas à financer des productions audiovisuelles. Dans les faits, ils assument déjà beaucoup de charges liées à des émissions musicales. De plus, ils participent au financement des systèmes d'aides, via les sociétés civiles. Ils ne peuvent accepter le raisonnement selon lequel, les programmes de télévision jouant un rôle promotionnel pour les disques, leur financement devrait leur incomber au moins en partie. La juste valeur de la musique en tant que programme doit être reconnue, ce qui n'est pas toujours le cas.

Concernant les éditeurs, François Derveaux précise que leur travail s'effectue sur le long terme. Bien souvent, ils ont commencé à investir 10 ans avant qu'un disque ne soit produit. Sa diffusion doit être un élément de la juste reconnaissance et de la rémunération de cet investissement. Il est donc très choquant de leur demander alors une participation financière ou des parts de co-édition.

Néanmoins, l'ensemble des participants conviennent que, compte tenu de l'économie de pénurie qui est celle de la musique classique et du jazz, des collaborations entre tous les partenaires concernés sont nécessaires pour faire aboutir un certain nombre de projets.

Jérôme Roger estime que les diffuseurs qui ont des obligations de contribution à la production audiovisuelle ne jouent pas correctement leur rôle dans le secteur musical. Alors que des systèmes d'aides existent, la production dans les domaines réputés plus difficiles est « en panne », faute d'une dynamique de diffusion suffisante.

En l'absence de Yann Geneste, retenu sur un tournage, Anne Durupty présente les éléments écrits communiqués par celui-ci à propos du jazz et de l'électro sur **M6**.

L'émission *Jazz 6* a vu le jour en 1987, année de la création de M6. Présentée par Philippe Adler, *Jazz 6* fête aujourd'hui ses 17 ans d'existence. Emission hebdomadaire depuis sa création, le jazz a toujours été soutenu par M6, sans qu'elle ait d'obligation quantifiée à cet égard.

Ces concerts ont une durée minimum de 52 minutes, pour une moyenne globale d'environ une heure. Pour n'évoquer que le bilan de ces dernières années, sur 42 émissions annuelles, 30 comportaient un concert en 1<sup>ère</sup> diffusion et 12 un concert en 2<sup>ème</sup> diffusion.

A noter aussi qu'avec le principe de la multi-diffusion, ce n'est pas seulement chaque lundi que le jazz est à l'honneur sur M6, mais également une deuxième fois dans la semaine. Au final, ce sont en moyenne 2 diffusions par semaine, soit 8 diffusions par mois.

Les concerts choisis par Philippe Adler sont toujours des perles rares. Ses interlocuteurs sont divers à travers le monde, mais une large place est cependant laissée aux quotas français, notamment avec l'acquisition, chaque année, de concerts issus du fameux festival de Jazz à Vienne.

De la même façon, toutes les grandes légendes du jazz et tous les événements marquants du monde du jazz sont mis à l'honneur sur M6 : les 20 ans du New-Morning, les concerts organisés par Parc Floral de Paris, etc...

De Stéphane Grapelli à Herbie Hancock, de Duke Ellington à Miles Davis, de Louis Armstrong à Ella Fitzgerald, en passant par Dee Dee Bridgewater, Keziah Jones, Salif Keita ou encore Gilberto Gil, tous les styles de jazz sont représentés.

Le programme fidélise chaque soir de diffusion un public convaincu de 200 000 téléspectateurs, soit 1,6 million de téléspectateurs au cumul chaque mois.

Dans le cadre de la case *L'Alternative*, diffusée en quotidienne chaque nuit, M6 expose pendant 60' une grande diversité de clips d'artistes issus d'univers musicaux éclectiques.

On constate dans ce programme une sur-représentation des clips d'artistes issus de labels indépendants (50% des 40 clips de la playlist du 17 au 23/03), induisant de fait un réel éclectisme en matière de style musical.

Parmi ceux-là, le style électro est fortement représenté : on peut citer Mellow, Basement Jaxx, Franz Ferdinand, Demon, Octet, Jet 68, Martin Solveig, Benni Bennassi.

D'autres styles musicaux peuvent également être cités, tels que le rap, le hard-rock ou l'acoustique.

L'audience de cette case est de 200 000 téléspectateurs en moyenne chaque soir, soit 1,4 million chaque semaine.

En ce qui concerne le **renouvellement du mode de traitement télévisuel de la musique classique et du jazz**, sujet sur lequel porte une des propositions du rapport Bricard<sup>37</sup>, les points de vue suivants sont exprimés.

Claude Couderc indique qu'il a mis en place des ateliers de réflexion avec des producteurs audiovisuels et des réalisateurs sur le traitement télévisuel du spectacle vivant. Des expériences de délocalisation de la musique classique (dans une base sous-marine, au sein de l'exposition Miro,...) ont été menées, dans le but de « donner à voir et à entendre ». Les réalisateurs sont incités à innover.

Gabrielle Babin considère que l'époque archaïque est révolue. Dans la plupart des cas, notamment grâce aux nouvelles technologies, les réalisateurs filment de manière moderne et attractive.

Jacques Collet croit dans les vertus pédagogiques et incitatives des séquences d'information. Par la familiarisation avec la vie de l'artiste et la suggestion, on peut créer de l'émotion et l'envie de découvrir les œuvres. Il déplore, par contre, les prétextes « anecdotiques » telles les publicités, dont il considère qu'elles déshonorent l'œuvre et son auteur.

Camille Rancière est intéressé par les regards portés par un réalisateur sur un artiste ; cette proximité doit être ressentie par les téléspectateurs.

---

<sup>37</sup> « Création d'un groupe de travail sur les rapports entre l'image et la musique classique et sur les conditions de collaboration entre éditeurs phonographiques, producteurs et réalisateurs audiovisuels. »

Avec les formats courts et la « télé-réalité » (cf. ci-dessus Orfeo), MEZZO innove pour séduire le plus large public.

Nelly Querol trouve très intéressante la suggestion de Louis Bricard de consacrer une émission de *Des racines et des ailes* simultanément à la musique classique et à une ville européenne au patrimoine culturel important «Musique à Venise », « Musique à Prague »,...

François Derveaux constate que la musique classique conserve auprès du grand public une image « poussiéreuse » et souhaite que celle-ci évolue, notamment en donnant plus souvent la parole aux artistes et compositeurs contemporains.

Tout en étant intéressé par ces réflexions autour de la forme, Hervé Rony tient à souligner que l'essentiel réside dans l'exposition insuffisante de la musique classique et du jazz et tout particulièrement dans les horaires de programmation de ces genres par France 3. Tant que des progrès ne seront pas réalisés à cet égard, les autres sujets seront secondaires.

Groupe de travail sur les relations entre télédiffuseurs et filière musicale  
Compte rendu de la réunion du 5 mai 2004 : Les enjeux de la diffusion numérique

Participants : Daniel Patte (France Télévisions), Philippe Chazal (Festival), Léonor Grandsire (TF1), Michel Rey (M6), Thierry Cammas (MCM/MEZZO), Olivier Zegna-Rata (Canal + groupe), Marc Pallain (NRJ Group), Alain Buis (ADAMI), Emmanuel de Rengervé (SNAC), André Nicolas (Observatoire de la Musique), Michel Plazanet (DDM), Danielle Sartori (CSA), Annie Tesson (DGCCRF), Silvy Castel (DMDTS), Anne Durupty.

Anne Durupty rappelle en introduction que cette réunion thématique a été décidée lors de la séance plénière du 8 avril. En effet, même si les travaux de la Commission s'appuient sur la situation actuelle, ils ne peuvent faire abstraction du proche avenir et doivent donc mesurer les enjeux de la diffusion numérique.

Deux sujets principaux sont identifiés : la télévision numérique terrestre (TNT) ; les autres perspectives, à savoir les différentes applications qui permettront de recevoir de la musique sur une grande diversité de récepteurs, téléphones portables notamment.

Concernant **la TNT**, l'offre de nouvelles chaînes retenues par le CSA en octobre 2002 inclut plusieurs chaînes plus ou moins généralistes qui pourront comporter des émissions musicales, deux chaînes musicales - M6 Music et I-MCM - et une chaîne à composante musicale NRJ TV. Pour le secteur public, Festival a été choisie comme nouvelle chaîne et France 5 et Arte bénéficieront d'une diffusion à temps complet. Toutes ces chaînes font partie de l'offre gratuite. Les chaînes privées ont signé leur convention avec le CSA<sup>38</sup> en juin 2003, lesquelles comportent un certain nombre d'engagements en matière de diversité musicale (par exemple part de nouveaux talents avec un système proche de celui des quotas radio).

En ce qui concerne le démarrage de la TNT, en l'état actuel et compte tenu des mesures prévues dans la loi en cours d'adoption, sa date devrait être prochainement fixée par le CSA entre décembre 2004 et mars 2005. La couverture du territoire devrait s'étendre rapidement ; par contre, il n'existe pas de prévision fiable concernant la progression du nombre de foyers qui recevront effectivement la TNT. Cette donnée dépend, en effet, de plusieurs variables : la distribution et l'acquisition des décodeurs<sup>39</sup>, l'attractivité des chaînes et des programmes, l'implication des opérateurs, etc. Concernant les chaînes gratuites de la TNT, du fait des obligations de must carry, elles seront également disponibles sur les satellites et le câble numériques.

Marc Pallain indique qu'en Grande-Bretagne, où le second modèle de TNT qui a été mis en place depuis trois ans comporte une offre gratuite très attractive, trois millions de foyers la reçoivent.

---

<sup>38</sup> Ces conventions sont disponibles sur le site du CSA.

<sup>39</sup> Les décodeurs permettant de recevoir la TNT devraient être proposés à partir de 70€, auxquels il faudra ajouter, probablement assez fréquemment, les frais d'adaptation des antennes.

Philippe Chazal indique qu'une ligne éditoriale élargie par rapport à sa programmation actuelle et un cahier des charges doivent être définis pour Festival, mais ces travaux viennent tout juste de débiter, la décision de diffuser la chaîne en TNT étant récente et lui-même ayant pris ses fonctions (de directeur général de la chaîne) deux semaines plus tôt. La présence de la musique pourrait être facilitée notamment par les conventions qui seront conclues avec les sociétés d'auteurs, le soutien financier du CNC, la mise en œuvre de la réglementation relative aux obligations d'investissements des chaînes dans les programmes.

Concernant France 5, sa diffusion à plein temps ouvrira de nouvelles possibilités de programmes, mais la chaîne restera fidèle à sa vocation de chaîne « éducative » et au principe de complémentarité entre les différentes chaînes publiques.

Marc Pallain rappelle qu'au moment de l'appel à candidatures et de la sélection du CSA, l'industrie musicale s'était mobilisée en faveur de la présence de la musique en TNT. Avec succès, puisque le CSA a retenu « deux chaînes musicales et demie ». Il regrette que cette mobilisation soit retombée, alors qu'il s'agit maintenant de rendre cette offre effective par le lancement de la TNT. Les adversaires de la TNT ou ceux qui veulent la freiner – à savoir principalement les acteurs en place – sont au contraire très efficaces. Ils multiplient, par exemple, des débats artificiels sur les normes. Les normes retenues en France (DVB-T / MPEG 2) ont fait leurs preuves à l'étranger et ne posent pas de problème. L'arrivée de la TNT avec son offre de chaînes gratuites représente une chance historique pour le pluralisme des programmes et tout particulièrement pour la musique. La TNT est un modèle démocratique, peu cher, qui permettra de combler le retard de la France dans le domaine de la diffusion numérique, puisque tant le satellite que le câble connaissent maintenant un développement très faible. L'enjeu ne porte pas sur la numérisation par elle-même, qui se fera en tout état de cause, mais sur les nouveaux contenus qui vont pouvoir être proposés. Pour l'industrie musicale et l'ensemble de la filière, c'est donc un enjeu primordial et on ne peut pas traiter des relations musique / télévision sans le prendre en compte. Pour les télédiffuseurs, il s'agit bien sûr d'un pari industriel ; le groupe NRJ, comme d'autres opérateurs croient dans sa réussite et s'emploieront à y contribuer.

Parallèlement à la TNT, des potentiels très intéressants sont liés à la **diffusion en DVB-H** et au **réseau « R5 »** (un des multiplex de la TNT) actuellement disponible, pour l'emploi duquel le CSA a lancé une consultation. Le groupe NRJ plaide pour que ces capacités ne reviennent pas au secteur des télécommunications, mais relèvent d'une diffusion hertzienne broadcast sous l'égide du CSA. La diffusion de flux d'images et de sons dans cette norme est possible à partir des mêmes sites d'émission que la TNT. Les récepteurs portables multi-fonctions de nouvelle génération, à la fois téléphone et baladeur numérique, sont en développement. A titre d'exemple, car de nombreux usages et contenus sont envisageables, avec la capacité correspondant à une chaîne de la TNT (pour un coût total d'environ 5M€) on peut diffuser 15 chaînes en DVB-H. Il pourrait s'agir des chaînes gratuites de la TNT, trouvant là une vitrine et un usage adapté au public jeune, ou de tout autre service. Par ailleurs, les mêmes récepteurs peuvent être utilisés pour des téléchargements sécurisés. Le développement de ces produits et services pourrait se faire en 2006. Là aussi, les enjeux sont donc essentiels pour les opérateurs de l'audiovisuel et pour la filière musicale.

Michel Rey, pour M6, conteste que le débat sur les normes soit réglé. Il considère que la TNT doit être lancée en MPEG-4, ce qui suppose un délai supplémentaire. En tout état de cause, le groupe M6 ira en TNT, notamment avec la chaîne M6 Music en offre gratuite, bien que le modèle économique soit très incertain. La première conséquence pour cette chaîne de sa

montée en TNT sera en effet de devoir renoncer à ses recettes d'abonnement. Les chaînes thématiques sont caractérisées par leur grande fragilité économique et la lourdeur de leur cahier des charges, problèmes qui ne seront pas résolus par la diffusion en TNT. Il est très pessimiste quant à l'avenir de ces chaînes.

Thierry Cammas indique que la décision de proposer une chaîne en TNT s'inscrit dans l'histoire de MCM. En tant qu'acteur de référence de la télévision musicale, cette décision s'imposait. Le modèle gratuit était incontournable, dès lors que le concurrent en avait fait le choix. La nouvelle chaîne musicale de la TNT sera destinée aux 15-40 ans, très musicale et très généraliste au sein de ce genre. Les chaînes actuelles câble-satellite ne seront pas modifiées. Le groupe sera très attentif à l'évolution des variables-clefs : date de démarrage, normes, périmètres de l'offre gratuite et payante, couverture, distribution commerciale,... En ce qui concerne les contenus musicaux, on peut craindre une insuffisance de vidéomusiques. Il existe déjà des tensions à cet égard et l'importance de l'offre musicale en clair en TNT va provoquer une demande croissante de clips francophones, dont il espère qu'elle pourra être satisfaite. Autre facteur pouvant contraindre la disponibilité de contenus musicaux : les stocks de droits détenus par les producteurs qui pourraient être affectés prioritairement à la production de DVD.

Le groupe Canal +, explique Olivier Zegna-Rata, croit en la TNT – surtout en la TNT gratuite. Une offre en clair abondante et attractive entraînera l'équipement des foyers. Il est donc souhaitable que le réseau disponible permette d'augmenter le nombre de chaînes gratuites, locales et nationales, et que le démarrage de la TNT gratuite précède celui de la TNT payante. Il semble en effet difficile de vendre aux foyers des abonnements à la télévision payante, tant qu'ils ne recevront pas effectivement la TNT. Sur les différents potentiels liés à la diffusion numérique, il partage globalement les positions de Marc Pallain.

Marc Pallain conclut en rappelant que les enjeux liés au numérique concernent également la **radio**<sup>40</sup>. Le DAB est « mort », mais la radio numérique pourrait être diffusée également en DVB-T. Il existe des fréquences disponibles dans la bande VHF. Sur une fréquence, 50 radios peuvent être proposées sur l'ensemble du territoire (l'offre actuelle dans une zone donnée est d'environ 30 radios) pour un coût 7 à 10 fois inférieur à celui d'un réseau FM. Dans ces conditions quel est l'intérêt de vouloir replanifier la bande FM ?

---

<sup>40</sup> Le CSA organisera une consultation sur la radio numérique après la promulgation de la loi en cours d'adoption. Les décisions dans ce domaine devraient donc être prises d'ici un an.

**Annexe 4**  
**Notes du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel**



DP-TN-DS/03-

**ETAT DES LIEUX DE L'OFFRE DE PROGRAMMES MUSICAUX SUR LES  
SERVICES DU CABLE & DU SATELLITE ET SUR LES CHAINES HERTZIENNES  
2000-2002**

Alors qu'en 2000 le Conseil supérieur de l'audiovisuel avait pu faire le constat d'un divorce prononcé entre les chaînes hertziennes généralistes en quête d'artistes fédérateurs et une industrie du disque soucieuse de répondre à la segmentation des goûts du public, l'examen en 2002 de l'offre de programmes musicaux sur les chaînes hertziennes et celles du câble et satellite met en évidence une toute autre situation.

Si l'offre de programmes sur le câble et le satellite a continué à se développer fortement (I.1) avec une audience qui reste toutefois mesurée (I.2), les chaînes hertziennes, et plus particulièrement les chaînes privées, ont redécouvert l'attrait des grandes émissions de divertissement événementielles de première partie de soirée dans une offre qui continue néanmoins à se contracter (II.1) et dans un contexte de plus forte concurrence (II.2).



## I L'offre musicale sur les services du câble et satellite

### I.1 Une offre qui s'est enrichie et diversifiée

2000

NOM	SOCIETE EDITRICE	DATE DE LANCEMENT	HORAIRES DE DIFFUSION THEORIQUES	VOLUME ANNUEL DE PROGRAMMES DIFFUSÉS**	BOUQUET SATELLITAIRE
<b>MUSIQUES ACTUELLES</b>					
Fun TV	FUN TV	02/97	24h/24 – 7j/7	8 784 heures	TPS
M6 Music	EDI TV	12/98	24h/24 – 7j/7	8 784 heures	TPS
MCM	Lagardère Thématiques SA	04/90	24h/24 – 7j/7	8 784 heures	Canalsat
MCM Africa	MCM Africa SA	05/96	17h/2h – 7j/7	3 294 heures	Canalsat
RFM TV (ex Nostalgie la télé)	Absat S.A	03/97	7h/3h - 7j/7	6 570 heures	ABsat et Canalsat
'Zik	Absat S.A.	03/98	7h/22h30 - 7j/7	945 heures	Canalsat
SS TOTAL				37 161 heures	
<b>MUSIQUE CLASSIQUE</b>					
Muzzik	MCM classique jazz SA	02/96	24h/24 – 7j/7	8 784 heures	Canalsat
Musique classique	Absat S.A	04/96	7h/2h - 7j/7	6 954 heures	ABsat
Mezzo	Mezzo SA	03/98	8h30/23h30 – 7j/7	7 182 heures	TPS
SS TOTAL				22 920 heures	
<b>TOTAL</b>				<b>60 081 heures</b>	

\*\* : Volumes horaires annuels déclarés par les éditeurs

Source : données issues du bilan câble et satellite établi par le CSA et déclarées par les éditeurs

## 2002

NOM	SOCIETE EDITRICE	DATE DE LANCEMENT	HORAIRES DE DIFFUSION THEORIQUES	VOLUME ANNUEL DE PROGRAMMES DIFFUSÉS**	BOUQUET SATELLITAIRE
<b>MUSIQUES ACTUELLES</b>					
123 sat (Tchatche TV)	123 multimedia	05/00	24h/24 –7j/7	8 760 heures	Canalsat
Fun TV	FUN TV	02/97	24h/24 –7j/7	8 760 heures	TPS
M6 Music	EDI TV	12/98	24h/24 –7j/7	8 760 heures	TPS
MCM	MCM SA	04/90	24h/24 –7j/7	8 760 heures	Canalsat
MCM Africa (MCM2)	MCM Africa SA	05/96	17h/1h– 7j/7	3 285 heures	Canalsat
MCM 2	MCM SA	04/01	24h/24 –7j/7	8 760 heures	Canalsat
RFM TV	ABSat S.A.	03/97	7h-2h - 7j/7	7 300 heures	ABSat et Canalsat
Télé Melody	Senior communication	12/01	24h/24 –7j/7	8 760 heures	Canalsat et TPS
'Zik	Absat S.A.	03/98	7h-1h –7j/7	6 570 heures	Absat, Canalsat
<b>SS TOTAL</b>				<b>69 715heures</b>	
<b>MUSIQUE CLASSIQUE</b>					
Mezzo <sup>41</sup>	MCM SA	03/98	5h/3h30 – 7j/7	8 123 heures	TPS et Canalsat
Musique classique	Absat S.A.	04/96	7h-2h - 7j/7	7 665 heures	ABSat
<b>SS TOTAL</b>				<b>15 788 heures</b>	
<b>TOTAL</b>				<b>85 503 heures</b>	

\*\* : Volumes horaires annuels déclarés par les éditeurs

Source : données issues du bilan câble et satellite établi par le CSA et déclarées par les éditeurs

En 2002, il existe onze services conventionnés consacrés à la musique au sein du paysage audiovisuel de complément. Ces services représentent 17% de l'ensemble des services du câble et du satellite conventionnés et qui s'élèvent en 2002 à 64. La musique est ainsi l'une des thématiques les plus représentées dans le paysage de complément derrière le cinéma.

Ce nombre important de services recouvre des réalités très différentes en termes de programmation musicale et de format.

**On peut distinguer dans un premier temps, les chaînes de musiques actuelles qui représentent 82% des chaînes musicales conventionnées** et d'autre part les chaînes de musique classique, opéra, jazz et danse qui sont très minoritaires dans l'offre (Mezzo et Musique classique).

L'essentiel de l'offre musicale est donc constituée de chaînes de musiques actuelles qui **répondent aux goûts d'un public jeune avec du R&B, du rap, de la pop, du rock, des musiques électroniques, des variétés françaises et internationales** (M6 Music, Fun TV,

<sup>41</sup> Muzzik et Mezzo ont fusionné en avril 2001

MCM, MCM2, MCM Africa, RFM TV, Zik et 123 Sat). Une chaîne se singularise toutefois par sa programmation, Télé Mélody, puisqu'elle joue plutôt sur le registre de la nostalgie en proposant des programmes de variétés et d'accordéon et des vidéomusiques des années 60 et 70 pour séduire un public plus âgé.

**S'agissant des formats, on peut distinguer :**

- d'une part des **services qui misent sur une offre diversifiée** de programmes et proposent en plus des vidéomusiques et des concerts, des magazines, des documentaires et certaines œuvres cinématographiques en rapport avec leur thématique (Fun TV, MCM, RFM TV, Télé Mélody, Mezzo, Musique Classique).

- d'autre part **des services très proches des formats musicaux de la bande fm en radio** et qui diffusent quasi exclusivement des vidéomusiques (M6 Music<sup>42</sup>, MCM 2, MCM Africa, Zik et 123 sat).

Entre 2000 et 2002, l'offre de programmes musicaux de ces services a subi deux évolutions contrastées :

☛ **L'offre de programmes de musique classique, jazz, opéra et danse s'est réduite (-7 132 heures entre 2000 et 2002)** en raison de la fusion entre les deux chaînes Mezzo et Muzzik. La nouvelle chaîne musicale, Mezzo, née de la fusion de ces deux chaînes a été lancée en avril 2001 et a subi en septembre 2003 un remaniement complet de sa grille de programmes autour de rendez-vous réguliers (*Mezzo Emotion* et ses programmes courts, *Mezzo mag*, *Musiques au cœur*, *D'un air entendu* de Daniela Lumbroso, *Mezzo junior*, *Jazz clubbin'...*).

☛ **L'offre de programmes de musiques actuelles a considérablement augmenté (+32 554 heures entre 2000 et 2002)**, en raison de la création de trois nouveaux services (123 Sat, Télé Melody, et MCM2). 123 Sat est une chaîne de divertissement à dominante musicale consacrée aux 15-25 ans. Depuis septembre 2003, cette chaîne a changé de nom et est devenue Tchatche TV avec une offre recomposée où la musique occupe une place plus restreinte. Télé Melody est, elle, une chaîne musicale destinée aux plus de 50 ans.

Enfin, le groupe MCM a décidé, lui, de renouveler son offre musicale en créant dans un premier temps en avril 2001, MCM2, une déclinaison de la chaîne MCM pour le public des 25-35 ans sur l'univers musical des années 80-90. Cette chaîne a été rebaptisée MCM Pop à l'automne 2003 et s'est vu complétée par une nouvelle chaîne, MCM Top, destinée en priorité aux 15-24 ans et à une cible plutôt féminine. Le groupe MCM a complété cette nouvelle offre en lançant en avril 2003, Trace TV (Trace media/MCM SA Canalsat et Sat Afrique), nouveau nom de la chaîne MCM Africa, dont l'offre de programmes est désormais consacrée aux musiques et cultures urbaines, musiques africaines et afro-américaines.

---

<sup>42</sup> M6 Music a en 2003 fait évoluer sa programmation en introduisant dans sa grille une case *Live* où elle programme chaque dimanche un concert, une case mensuelle baptisée *Pur Doc* consacrée à l'univers d'un artiste, et la case hebdomadaire *Pur Talent* proposant l'interview d'un jeune talent.

## I.2 Une audience dynamique mais qui reste mesurée

L'augmentation de l'offre de programmes musicaux sur le câble et le satellite entre 2000 et 2002 va de pair avec un développement du parc d'abonnés des chaînes musicales. Mezzo et RFM TV se distinguent comme les chaînes qui enregistrent la plus forte progression entre 2001 et 2002. La seule chaîne dont le parc d'abonnés est en diminution est Musique Classique (-9%) en raison sans doute de la plus forte concurrence de la nouvelle chaîne Mezzo.

SERVICE	CABLE	SATELLITE	TOTAL	PROGRESSION par rapport à 2001
123 Sat <sup>1</sup>	-	-	-	-
Fun TV	118 651	1 188 479	1 307 130	13 %
M6 Music	264 720	1 173 858	1 438 578	6 %
MCM	1 319 413	1 988 279	3 307 692	1 %
MCM2	12 900	1 988 087	2 011 014	18 %
MCM Africa	10 150	1 988 097	1 998 247	11 %
Mezzo	194 610	1 375 428	1 570 038	30 %
Musique Classique	69 118	13 122	82 240	- 9 %
RFM TV	314 448	2 036 548	2 350 996	35 %
Télé Mélody <sup>2</sup>	0	30 960	30 960	-
Zik (bilan NC en 2001)	0	2 036 548	2 036 548	/

Source : bilan annuel 2002 des chaînes du câble et satellite établi par le CSA – Données déclarées par les chaînes.

C'est MCM qui déclare en 2002 encore le plus fort nombre d'abonnés, quoique sa progression n'ait été que de 1 % par rapport à 2001. Elle est suivie par RFM TV, Zik et MCM2 qui dépassent les 2 millions d'abonnés.

Si tous les indicateurs de l'offre et des abonnements sont positifs, la part d'audience des chaînes musicales, en progression sur l'univers des 15 ans et plus, demeure faible par rapport aux autres thématiques : 1,4% des individus de 15 ans et plus recevant une offre élargie (Canalsatellite, TPS, câble analogique + de 15 chaînes et câble numérique) pour la dernière vague de mesure audimétrique du Médiacabsat. En outre, si la part d'audience des chaînes thématiques progresse, la part d'audience des chaînes hertziennes demeure prépondérante dans l'offre élargie.

<sup>1</sup> 123 Sat déclare avoir été diffusé en clair et en numérique via le satellite Hot Bird VI et précise qu'un peu moins de 200 000 foyers étaient équipés pour le recevoir depuis la France métropolitaine.

<sup>2</sup> Service lancé en décembre 2001.

**Part d'audience - Individus de 15 ans et plus – Lundi-dimanche – 3h-27h – Offre élargie**

En %	30/12/02 au 15/06/03	2/09/02 au 16/02/03	31/12/01 au 16/06/02	3/09/01 au 17/02/02
<b>Chaînes hertziennes</b>	<b>67,9</b>	68,5	69,4	69,5
<b>Ensemble thématique</b>	<b>32,1</b>	31,5	30,6	30,5
Fiction	<b>7,1</b>	6,7	6,4	5,9
Cinéma	<b>3,5</b>	3,5	3,4	3,6
Sport	<b>3,1</b>	3,0	3,3	3,3
Jeunesse	<b>2,6</b>	2,3	2,3	2,1
Généraliste	<b>2,6</b>	2,4	1,9	1,9
Information	<b>2,2</b>	1,6	1,7	2,1
Documentaire	<b>1,4</b>	1,5	1,7	1,8
<b>Musique*</b>	<b>1,4</b>	<b>1,1</b>	<b>1,2</b>	<b>1,2</b>
Cinéma/sport	<b>1,2</b>	1,3	1,2	1,1
Pratique	<b>0,5</b>	0,5	0,4	0,4

Source : Mediacabsat - Médiamétrie

\* La thématique musique regroupe les chaînes sous-scriptrices de l'étude: Fun TV, M6 Music, MCM, Mezzo, MTV, MCM 2 et Zik

MCM est la chaîne musicale qui recueille la plus forte part d'audience selon la dernière vague du Mediacabsat sur la population offre élargie avec 0,6%, devant M6 Music (0,4%). Sa part d'audience est en progression constante sur les trois dernières vagues d'enquête et les bonnes performances de la thématique musique lui doivent beaucoup, considérant que son parc d'abonnés est aussi le plus important de toutes les chaînes musicales.

**Part d'audience en % par rapport à la population offre élargie\*/ par rapport à la population abonnée.**

Chaînes	Univers de réception**	30/12/02 au 15/06/03	2/09/02 au 16/02/03	31/12/01 au 16/06/02
Fun TV	1+3	0,1 / 0,6	0,1 / 0,4	0,2 / 0,6
M6 Music	1+3	0,4 / 1,2	0,3 / 0,9	0,3 / 1,1
<b>MCM</b>	<b>1+2</b>	<b>0,6 / 0,9</b>	<b>0,5 / 0,7</b>	<b>0,4 / 0,7</b>
MCM 2	1+2	0,1 / 0,3	0,1 / 0,2	-
Mezzo	1+2+3	< 0,1 / 0,1	< 0,1 / 0,1	< 0,1 / 0,1
MTV	1+2+3	0,2 / 0,3	0,2 / 0,2	0,2 / 0,3
RFM TV	nd	nd	nd	nd
Zik	2	0,1 / 0,1	-	-

Source : Mediacabsat – Médiamétrie / Part d'audience : moyenne du lundi au dimanche 3h00-27h00.

\* offre élargie : 1019 foyers soit 3 102 individus âgés de 4 ans et plus.

\*\* univers de réception : 1 câble ; 2 Canalsatellite ; 3 TPS

Il convient de noter par ailleurs que dans le palmarès des chaînes par cible établi par Médiamétrie sur l'offre élargie, MCM arrive en tête sur la cible des 15-24 ans avec 2,4% de part d'audience.

\*\*\*

De nombreux services européens concourent à renforcer encore cette offre. Ainsi, MTV et l'ensemble de ses déclinaisons (MTV Hits, MTV Base et MTV 2) ainsi que VH1 sont des services de télévision repris sur le bouquet Canalsatellite (soumis à déclaration auprès du Conseil), relevant de la compétence d'un état membre de l'Union européenne, en l'espèce le Royaume Uni. Tous ces services émettent 24h/24 et 7j/7.

On peut donc évaluer que l'offre musicale de ces services européens représentent un apport de 43 800 heures de programmes musicaux en 2002, essentiellement composés de vidéomusiques.

## II. L'offre musicale sur les chaînes hertziennes

### II. 1 Une offre en baisse qui cache des disparités fortes

☛ L'offre de programmes musicaux des chaînes hertziennes (comprenant la musique interprétée et les documentaires et magazines musicaux) représentent 7,6% de leur offre totale de programmes en 2002. Ce pourcentage est en baisse par rapport à 2000 (-1 point). La baisse tant du volume horaire des programmes musicaux que de leur poids dans l'offre des chaînes touche toutes les chaînes, à l'exception notable de TF1 qui est la seule à progresser sur la période. La baisse est particulièrement nette sur les chaînes de service public (-1,2 point dans l'offre).

Chaînes	2000		2002	
	En volume horaire	En % de l'offre totale de programmes	En volume horaire	En % de l'offre totale de programmes
TF1	148 h	1,7%	180 h	2 %
M6	2919 h	33,2 %	2782 h	31,7 %
Canal Plus	79 h	0,9 %	40 h	0,4 %
<b>Ss total</b>	<b>3 146 h</b>	<b>11,9 %</b>	<b>3 002 h</b>	<b>11,4%</b>
France 2	571 h	6,5 %	386 h	4,4 %
France 3	215 h	3 %	247 h	3 %
France 5	190 h	3,2 %	106 h	1,8 %
Arte	254 h	8,6 %	217 h	7,4 %
<b>Ss total</b>	<b>1 230 h</b>	<b>4,9 %</b>	<b>956 h</b>	<b>3,7 %</b>
<b>TOTAL</b>	<b>4376 h</b>	<b>8,6 %</b>	<b>3958 h</b>	<b>7,6 %</b>

Source : CSA

☛ Cette baisse doit toutefois être nuancée car elle touche différemment la musique interprétée d'une part et les documentaires et magazines musicaux d'autre part.

S'agissant de la musique interprétée (divertissements musicaux ou à composante musicale, émissions de variétés, concerts, vidéomusiques, spectacles lyriques), on constate qu'elle augmente sur les chaînes privées tant en volume horaire qu'en part dans l'offre de programmes (+ 132 heures /+0.6 point). C'est M6 qui enregistre la plus forte progression entre 2000 et 2002 (+1,3 point) avec la mise à l'antenne de nombreux divertissements musicaux ou à composante musicale sur la période (*Popstars 1 & 2, Plus de Popstars, C'est l'after, Morning Live, Tubissimo, 80 et 90 à l'heure, Absolutement 80*).

A l'inverse, les chaînes publiques connaissent une baisse du volume horaire de la musique interprétée de 161 heures entre 2000 et 2002. Cette baisse est particulièrement nette sur France 2.

### Musique interprétée (divertissements musicaux ou à composante musicale, émissions de variétés, concerts, vidéomusiques, spectacles lyriques)

Chaînes	2000		2002	
	En volume horaire	En % de l'offre totale de programmes	En volume horaire	En % de l'offre totale de programmes
TF1	140 h	1,6%	165 h	1,9%
M6	2582 h	29,4%	2692 h	30,7%
Canal Plus	30 h	0,3%	27 h	0,3%
<b>Ss total</b>	<b>2 752 h</b>	<b>10,4%</b>	<b>2 884 h</b>	<b>11%</b>
France 2	474 h	5,4%	311 h	3,5%
France 3	169 h	2,4%	209 h	2,6%
France 5	45 h	0,7%	12 h	0,2%
Arte	108	3,7%	103 h	3,5%
<b>Ss total</b>	<b>796 h</b>	<b>3,2%</b>	<b>635 h</b>	<b>2,5%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>3 548 h</b>	<b>6,9%</b>	<b>3 519 h</b>	<b>6,7%</b>

Source : CSA

S'agissant des magazines et documentaires musicaux, le constat est très sévère puisque l'offre a été quasiment divisée par deux entre 2000 et 2002 (-389 heures). Cette baisse touche toutes les chaînes mais est particulièrement nette sur les chaînes privées, en particulier sur M6 en raison de la diminution du volume horaire du magazine *Plus vite que la musique* et de la moindre rediffusion de documentaires musicaux la nuit.

La seule exception notable est TF1 dont le volume a quasiment doublé sur la période. Cette progression est due au lancement du magazine hebdomadaire *Hits and co* et du programme court *Music attitude* ainsi qu'à la diffusion de documentaires musicaux hommages à des chanteurs disparus (Michel Berger, Elvis Presley...).

### Documentaires et magazines musicaux

Chaînes	2000	2002
TF1	8 h	15 h
M6	337 h	90 h
Canal Plus	49 h	13 h
<b>Ss total</b>	<b>394 h</b>	<b>118 h</b>
France 2	97 h	75 h
France 3	46 h	38 h
France 5	145 h	94 h
Arte	146 h	114 h
<b>Ss total</b>	<b>434 h</b>	<b>321 h</b>
<b>TOTAL</b>	<b>828 h</b>	<b>439 h</b>

Source : CSA

☛ Si l'on examine plus attentivement la musique interprétée en la répartissant entre musiques actuelles, d'une part, et musiques classique/jazz, d'autre part, on constate que **l'augmentation**

**de la musique interprétée est due essentiellement à une progression 231 heures des musiques actuelles sur les chaînes privées**, alors que dans le même temps les musiques actuelles refluent sur les chaînes de service public, en particulier sur France 2. Cette baisse de 189 heures sur France 2 est due en grande partie à l'arrêt de la *Chance aux chansons*, émission quotidienne qui totalisait à elle seule 288 h en 2000. Son remplacement par l'émission *Chanter la vie*, émission hebdomadaire, n'est pas à même de compenser ce volume horaire (75 h), pas plus que l'arrivée de deux nouvelles émissions : *SLAP* (Son Lumière Anecdotes Public) et *Trafic Music*. La chaîne a, en 2003, tenté de renouveler son offre en lançant une nouvelle émission musicale adaptée du format anglais du même nom, *Top of the Pops*, en reconduisant dans la grille *Trafic Music* et en proposant davantage de concerts.

**Cette partition entre chaînes privées et chaînes publiques sur les musiques actuelles reflète en partie le choix fait par les chaînes publiques de ne pas proposer d'émissions de divertissement musical telles que *Popstars*, *Star Academy*, et plus récemment *A la Recherche de la nouvelle star* proposées par TF1 et M6.**

L'examen de la programmation de TF1 et de Métropole Télévision dans le cadre de l'étude réalisée par le Conseil en 2003 a mis en évidence l'importante segmentation de l'offre musicale engendrée par les émissions *Star Academy* et *Popstars*. En effet, ces deux émissions ont introduit en 2001 et 2002 un clivage dans la grille de programmes des deux chaînes entre l'offre musicale des huit premiers mois de l'année et celle du dernier quadrimestre, fortement concentrée autour de ces deux émissions et de leurs déclinaisons, en particulier pour TF1 (les premières soirées hebdomadaires de *Star Academy* représentent 79% de l'offre musicale de TF1 sur les mois étudiés).

Ces émissions, de par l'ensemble des recettes qu'elles ont générées (achats d'espaces publicitaires, parrainage, SMS, appels téléphoniques surtaxés, édition presse, jeu de société, disques, connexions Internet payantes sur les sites dédiés, abonnements à un canal TV dédié, concerts,...), représentent un nouveau modèle économique qui séduit de plus en plus les diffuseurs confrontés à un marché publicitaire en récession. En outre, le développement de ces produits dérivés ne nécessite pas d'importants capitaux et permet naturellement de remplir les écrans publicitaires de la chaîne. La diversification qui accompagne ce type de programmes lui fournit dès lors un relais de croissance indispensable et s'inscrit dans la logique de convergence des médias depuis longtemps annoncée.

☛ **S'agissant des musiques classique/jazz, on constate que leur reflux très net sur l'ensemble des chaînes est surtout dû à une baisse sur les chaînes privées (- 99 heures).**

Cette baisse est surtout imputable à M6 puisque sa programmation de concerts de jazz, en dehors de la case *Jazz 6*, a chuté fortement (-94 heures) entre 2000 et 2002. Cette baisse devrait se confirmer en 2003 puisque depuis septembre la case *Jazz 6* ne connaît plus la même régularité. Sur les chaînes publiques, la légère baisse constatée est surtout due à France 5 qui a cessé de couvrir les festivals en régions et renoncé à retransmettre des manifestations telles que *La nuit des musiciens*, *Les révélations classiques de l'Adami*, etc.

En terme d'exposition dans les grilles, les inégalités demeurent entre les musiques actuelles qui sont proposées à différents moments dans la journée, y compris en première partie de soirée, et les musiques classique/jazz qui se trouvent la plupart du temps reléguées en troisième partie de soirée, voire la nuit.



<b>Musique interprétée</b>	<b>2000</b>	<b>2002</b>
<b>Musiques actuelles</b>		
TF1	77 h	103 h
M6	2400 h	2604 h
Canal Plus	26 h	27 h
<b>Ss total</b>	<b>2503 h</b>	<b>2734 h</b>
France 2	431 h	242 h
France 3	29 h	39 h
France 5	1 h	0 h
Arte	27 h	42 h
<b>Ss total</b>	<b>488 h</b>	<b>323 h</b>
<b>Musiques classique/jazz</b>		
TF1	63 h	62 h
M6	182 h	88 h
Canal Plus	4 h	0 h
<b>Ss total</b>	<b>249 h</b>	<b>150 h</b>
France 2	43 h	45 h
France 3	140 h	170 h
France 5	44 h	12 h
Arte	81 h	61 h
<b>Ss total</b>	<b>308 h</b>	<b>288 h</b>

Source : base de données programmes CSA

## II.2 Une audience qui reste forte malgré un tassement dû à l'élargissement de l'offre des chaînes

L'impact des chaînes hertziennes dans l'exposition de la musique en télévision demeure déterminant compte tenu de leur mode de diffusion. Comme il a été vu supra, leur part d'audience reste majoritaire dans les foyers recevant une offre élargie. En outre, sur l'univers hertzien, certaines bénéficient de parts d'audience très importantes même si les premiers résultats sur l'année 2003 laissent envisager un certain recul.

<b>Part d'audience sur la cible des 4 ans et plus (en %)</b>	<b>2002</b>	<b>2003 (01/01/03 au 30/11/03)</b>
TF1	32,7%	31,4%
M6	13,2%	12,6%
Canal Plus	3,5%	3,7%
France 2	20,8%	20,6%
France 3	16,4%	16,2%
France 5	5,1%	6,3%
Arte	nd	3,3%

Source : données Médiamétrie – Cible des 4 ans et plus – 3h00-27h00 (sauf Arte 19h00-27h00 et France 5 6h45-19h00).

L'ensemble de ces chaînes a besoin de rester en phase avec les composantes les plus jeunes de la population afin de continuer à fédérer le plus large public et à séduire les annonceurs. Le développement de programmes musicaux de première ou deuxième partie de soirée et les

choix faits par certaines de proposer de grands rendez-vous musicaux évènementiels dans leur grille répond à cette préoccupation. S'agissant de TF1 et M6, des programmes musicaux tels que *Star Academy* ou *A la recherche de la nouvelle star* alimentent aussi l'offre câble et satellite par l'ouverture de canaux dédiés ou la rediffusion d'émissions.

\*\*\*

Les perspectives pour l'offre musicale en télévision dans les années qui viennent seront conditionnées d'une part par la bonne santé économique de l'ensemble des diffuseurs et des producteurs phonographiques et d'autre part par la vitalité du répertoire de chansons françaises. Les liens créés par ces deux industries provoquent un « cercle vertueux » dès lors qu'ils permettent de proposer des émissions musicales au plus large public. Toutefois, la présence en volume de l'offre musicale ne doit pas se faire au détriment de la diversité tant des artistes que des genres musicaux.

Le lancement prochain de la télévision numérique terrestre contribuera également à changer la donne en matière d'offre musicale puisqu'en plus de M6 Music, canal bonus de M6 proposé en clair, deux nouvelles chaînes musicales ou à composante musicale seront proposées également en gratuit, iMCM et NRJTV.

L'ensemble de ces éléments aura un impact direct sur les débouchés offerts à la production phonographique en télévision et donc en amont à la création et à sa diversité.



DPTN/DS-04

Mai 2004

## **LA MUSIQUE EN TELEVISION 2002/2003**

A la suite du rapport de la Commission nationale des musiques actuelles à Madame la ministre de la culture et de la communication Catherine Trautmann en septembre 1998 et à la demande des différents acteurs de la filière musicale inquiets des bouleversements majeurs qu'a connus l'édition phonographique depuis deux décennies, le Conseil a décidé dès 1999 de créer un groupe de travail sur les relations musique et audiovisuel afin de mieux cerner ces nouveaux enjeux et leurs implications pour les diffuseurs hertziens, du câble et du satellite. En 2001, ce groupe de travail est devenu une des quatre grandes missions du Conseil à côté du cinéma, du sport, et de la langue française.

Depuis 2000, le Conseil a mené des études tant sur l'offre musicale en télévision que sur des questions spécifiques comme les activités de diversification des chaînes dans l'industrie du disque. Il a mené régulièrement des concertations avec les professionnels de la filière sur de grands dossiers les impliquant (réforme des quotas de chansons francophones, renouvellement de la convention de M6, sélection des candidats à la télévision numérique terrestre...). Il a également participé en 2002 et 2003 au groupe de travail présidé par M. Eric Baptiste sur la question de la diversité musicale en radio, sous l'égide du Ministère de la Culture et de la Communication et prolongé cette réflexion par son implication au sein de l'Observatoire de la musique. Enfin, depuis la fin 2003 le Conseil pérennise son action par sa participation au groupe de travail présidé par Mme Véronique Cayla sur les relations entre les télédiffuseurs et la filière musicale en télévision, toujours sous l'égide du ministère.

Dans le cadre de ce groupe de travail et dans un contexte marqué par une crise profonde du disque en France (-14,6% des ventes en 2003 et -21,4% au premier trimestre 2004 par rapport à la même période<sup>43</sup>) largement imputée au piratage des titres sur Internet et face aux inquiétudes exprimées par les professionnels de la filière musicale, il a semblé important de faire le point sur l'offre musicale en télévision et son exposition.

---

<sup>43</sup> Source : données du SNEP

\*\*\*

## Méthodologie

Ont été comptabilisés au titre de l'offre musicale des chaînes pour l'analyse 2002-2003 : les concerts, les spectacles musicaux, les spectacles lyriques (retransmissions et adaptations), les spectacles chorégraphiques (retransmissions et adaptations), les émissions de variétés et les divertissements à composante musicale, les magazines et documentaires musicaux (portraits d'artistes ou de genres musicaux). Contrairement à l'analyse 2000-2002, ont donc été ajoutés ici les spectacles chorégraphiques ainsi que les premières parties de soirées de certains divertissements donnant lieu à interprétations d'artistes.

Les divertissements à caractère musical, relevant de genres télévisuels différents, n'ont pas été pris en compte ici. C'est le cas de *Hit story* sur France 3, jeu faisant appel à la connaissance des chansons de variétés. Toutefois, au sein du jeu *Star Academy* ont été extraites et comptabilisées dans l'offre musicale de TF1 les premières parties de soirée du samedi donnant lieu à interprétations d'artistes en plateau sur le modèle des émissions de variétés traditionnelles. De même, le jeu *A la recherche de la nouvelle star* sur M6 constitué quasi exclusivement d'émissions de première partie de soirée en plateau avec interprétations d'artistes, est comptabilisé dans l'offre musicale.

Sous le qualificatif de "musique classique, jazz" ont été retenus la musique classique, le jazz, mais aussi le lyrique (récitals et opéras) et les musiques traditionnelles et musiques du monde.

Sous le qualificatif de "musiques actuelles" ont été retenus le rock, le rap, la techno, la dance ... mais aussi les variétés, françaises et internationales.

Ne sont pas comptabilisées dans cette analyse quantifiée de l'offre les rubriques culturelles de certaines émissions couvrant également l'actualité musicale (ex : « Platine Ubik » au sein de l'émission *Ubik* sur France 5), ni les interventions d'artistes dans des émissions non musicales (émissions de débats en plateau, journaux télévisés...) dans lesquelles les artistes rendent compte de leur actualité musicale et qui participent également de la promotion des artistes à l'antenne.

En préambule, il convient de rappeler que la musique en télévision, tous répertoires confondus, se caractérise par la diversité des genres de programmes dans lesquels elle est présente de manière évidente (concerts, spectacles musicaux, vidéomusiques, divertissements musicaux ou à composante musicale, documentaires et magazines, spectacles lyriques et chorégraphiques). Toutefois, cette présence de la musique s'apprécie également au travers de la présentation des artistes et de leurs productions, fortement souhaitée par la filière musicale, qui passe aussi souvent par des interventions en plateau ou dans des rubriques d'actualité culturelle au sein d'émissions non musicales qui ne sont pas prises en compte de ce fait dans une analyse quantifiée de l'offre.

Alors qu'en 2000 le Conseil supérieur de l'audiovisuel avait pu faire le constat d'un divorce prononcé entre les chaînes hertziennes généralistes en quête d'artistes fédérateurs et une industrie du disque soucieuse de répondre à la segmentation des goûts du public, l'examen en 2002-2003 de l'offre de programmes musicaux sur les chaînes hertziennes met en évidence une tout autre situation.

Dans un contexte marqué par un encadrement conventionnel et réglementaire précis de l'offre musicale des principales chaînes hertziennes nationales<sup>44</sup>, ces dernières et plus

---

<sup>44</sup> Cf. rappel des obligations musicales des chaînes hertziennes en annexes.

particulièrement les chaînes privées, ont redécouvert depuis 2001 l'attrait des grandes émissions de divertissement de première partie de soirée et notamment de programmes qui se trouvent au confluent de plusieurs genres (jeu, variétés, radio-crochet) et qui font pour certaines appel aux ressorts de la télé-réalité (*Star Academy*, *Popstars*, *La Nouvelle star*). Une partition assez nette s'est d'ailleurs opérée dès cette date entre chaînes privées et chaînes publiques, celles-ci faisant le choix de ne pas proposer d'émissions de ce type et privilégiant une offre musicale sur d'autres créneaux horaires.

Face à cette offre renouvelée sur le hertzien, les chaînes musicales du câble et du satellite ont connu dans le même temps une embellie, puisqu'en 2002 il existe onze services conventionnés consacrés à la musique au sein du paysage audiovisuel de complément. Ces services représentent 17% de l'ensemble des services du câble et du satellite conventionnés et ayant fait l'objet d'un bilan de leur activité par le CSA (leur nombre s'élève en 2002 à 64). La musique est ainsi l'une des thématiques les plus représentées dans le paysage de complément derrière le cinéma. Le nombre de ces chaînes et leur positionnement participent beaucoup de la diversité musicale en télévision.

L'analyse ci-après se concentre sur l'offre des chaînes hertziennes, les données 2003 ne pouvant être établies à cette date pour les chaînes de complément.

\*\*\*

## **I. L'évolution de l'offre musicale des chaînes hertziennes**

L'offre musicale à la télévision (comprenant la musique interprétée et les documentaires et magazines musicaux) reste quasiment stable entre 2002 et 2003 et représente 7,6% de l'ensemble des programmes diffusés par ces chaînes.

La stabilité de l'offre ne rend toutefois pas compte des différences dans l'évolution d'une part de la musique interprétée versus les magazines et documentaires et d'autre part de l'offre des chaînes privées versus celle des chaînes publiques.

Si l'on considère l'offre globale de programmes musicaux, on constate que cette offre augmente en volume horaire sur les chaînes de service public (+12h39) essentiellement grâce à une forte augmentation sur France 2 (+54h46)<sup>45</sup> qui neutralise les effets d'une baisse sur toutes les autres chaînes publiques, France 3 en tête avec -28h20. Cette augmentation du volume horaire ne se retrouve pas en structure puisque la part dans l'offre reste stable en raison notamment du passage à une diffusion 24h/24 de France 3.

S'agissant des chaînes privées, l'offre musicale connaît une baisse en volume horaire de 53h14 entre 2002 et 2003 surtout due à M6 (-83h55) qui est la chaîne dont le volume horaire important tire traditionnellement vers le haut l'offre des chaînes privées. TF1 voit à l'inverse croître le volume horaire de son offre (+30h16).

---

<sup>45</sup> Une augmentation sur France 2 qui ne permet toutefois pas à la chaîne de retrouver le niveau de son offre musicale de 2000 qui était marquée par le poids très fort de l'émission quotidienne *La chance aux chansons* (288h00 pour cette seule émission).

**Offre musicale (en volume horaire)**

Volume horaire total	2002	% de l'offre de programmes	2003	% de l'offre de programmes
TF1	243h18	2,8%	273h34	3,1%
M6	2782h13	31,8%	2698h18	30,8%
Canal plus	37h33	0,4%	33h24	0,4%
<b>SsTOTAL</b>	<b>3063 h04</b>	<b>11,6%</b>	<b>3005 h16</b>	<b>11,4%</b>
France 2	368h23	4,2%	423h09	4,8%
France 3	260h55	3,2%	232h35	2,6%
France 5	133h39	2,3%	125h03	2,1%
Arte	242h43	8,3%	229h58	7,9%
<b>SsTOTAL</b>	<b>1005h40</b>	<b>3,9%</b>	<b>1010 h45</b>	<b>3,8%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>4068 h44</b>	<b>7,8%</b>	<b>4016 h01</b>	<b>7,6%</b>

Source : Base de données programmes CSA

NB : Entre 2002 et 2003, le volume de diffusion totale des chaînes publiques a augmenté en raison essentiellement d'un passage à une diffusion 24h/24 sur France 3, dans la nuit du 8 février 2002, à l'occasion des JO de Salt Lake City.

Musique interprétée	2002		2003	
	Musique classique, jazz, traditionnelle	Musiques actuelles	Musique classique, jazz, traditionnelle	Musiques actuelles
TF1	69h44	158h10	72h04	165h07
M6	87h51	2604h11	55h04	2558h22
Canal plus	0h00	24h30	0h00	17h45
<b>SsTOTAL</b>	<b>157h35</b>	<b>2 773 h57</b>	<b>127h08</b>	<b>2732 h54</b>
France 2	49h27	243h43	49h55	278h29
France 3	174h13	41h06	169h03	28h16
France 5	12h01	0h00	12h10	1h09*
Arte	85h50	42h29	97h17	47h14
<b>SsTOTAL</b>	<b>321h31</b>	<b>327h18</b>	<b>328h25</b>	<b>355h08</b>

\* Un volume horaire qui correspond à la diffusion d'un programme court intitulé *Ecoute ecoute*, dans lequel de jeunes enfants revisitent les chansons du patrimoine français.

Source : Base de données programmes CSA

Documentaires et magazines musicaux (tous genres confondus)	2002	2003
TF1	15h24	36h23
M6	90h11	84h52
Canal plus	13h03	15h39
<b>SsTOTAL</b>	<b>118h38</b>	<b>136h54</b>
France 2	75h13	94h45
France 3	45h36	35h16
France 5	121h38	111h44
Arte	114h24	85h27
<b>SsTOTAL</b>	<b>356h51</b>	<b>327h12</b>
<b>TOTAL</b>	<b>475h29</b>	<b>464h06</b>

Source : Base de données programmes CSA

## 1. L'offre des chaînes privées

Si l'on considère la musique interprétée (divertissements musicaux ou à composante musicale, émissions de variétés, concerts, vidéomusiques, spectacles lyriques et chorégraphiques), on constate qu'elle enregistre une baisse sur les chaînes privées, qui touche tant les musiques classique, jazz, traditionnelle que les musiques actuelles.

S'agissant des musiques classique, jazz, traditionnelle, la baisse en volume horaire (-30h27) est due exclusivement à une diminution nette de l'offre de jazz sur M6. En effet, la chaîne a en 2003 réduit son offre de concerts de jazz diffusés la nuit, de même qu'elle a tardé à reprogrammer l'émission *Jazz 6* dans sa grille de rentrée qui n'est revenue à l'antenne qu'à compter du mois d'octobre et sur un rythme non plus hebdomadaire mais mensuel (case complétée par une case de rediffusions, *Le Live du lundi*).

S'agissant des musiques actuelles, la diminution de leur volume horaire est principalement due à une baisse sur M6 (-45h49) et dans une bien moindre mesure sur Canal Plus (-6h45). La diminution sur M6 s'explique par une baisse du volume horaire des concerts diffusés la nuit et plus particulièrement par une baisse de leurs multi-diffusions. Concernant Canal Plus qui est la chaîne hertzienne proposant la plus faible offre musicale, la chaîne a encore réduit son offre de concerts entre 2002 et 2003 (7 concerts en 2002 contre 3 en 2003) et a cessé de diffuser des vidéomusiques. La compilation thématique de prestations d'artistes enregistrées sur le plateau de feu l'émission *Nulle Part Ailleurs*, regroupées sous le titre les *Lives*, ne suffit pas en 2003 à juguler cette baisse.

Si l'on considère les magazines et documentaires musicaux (tous genres musicaux confondus), on constate sur ce type de programmes une augmentation du volume horaire entre 2002 et 2003 (+18h16), en raison d'un quasi doublement de l'offre de TF1. En effet, TF1 a installé à la fin du mois de novembre 2002 un magazine hebdomadaire d'un format de 35 minutes sur l'actualité musicale, *Hits and co l'actualité des tubes*, proposé le samedi à 1h40.

## 2. L'offre des chaînes publiques

Contrairement aux chaînes privées, la musique interprétée sur les chaînes publiques connaît une légère embellie sur les musiques classique, jazz, traditionnelle (+6h54) et une augmentation plus nette sur les musiques actuelles (+27h50) entre 2002 et 2003.

S'agissant des musiques classique, jazz, traditionnelle, la hausse s'explique essentiellement par une progression sur Arte (+11h27), due à la diffusion d'un volume horaire plus important de spectacles lyriques en 2003, alors que l'offre reste stable sur les chaînes du groupe France Télévision.

S'agissant des musiques actuelles, l'augmentation de leur volume horaire est due exclusivement à une forte hausse sur France 2 (+34h46) tandis que dans le même temps France 3 voit son offre quasiment divisée par deux. En effet, France 2 a tenté dès 2002 de renouveler son offre musicale en lançant *Chanter la vie*, émission hebdomadaire présentée par Pascal Sevran et diffusée le dimanche à 12h, pour prendre le relais de *La Chance aux chansons* arrêtée en 2000, ainsi que deux nouvelles émissions : *SLAP* (Son Lumière Anecdotes Public) et *Trafic Music* présentée par Guillaume Durand. En 2003, la chaîne a



reconduit *Chanter la vie* et *Trafic Music* (7 numéros en 2003) mais a décidé d'arrêter *SLAP*. Elle a cependant lancé une nouvelle émission musicale hebdomadaire adaptée du format anglais du même nom, *Top of the Pops*, classement hebdomadaire de la variété nationale et internationale proposé tout d'abord le mercredi à 17h50 puis le samedi à 11h00.

Quant à France 3, la forte baisse de son offre s'explique par le fait qu'en 2002 la chaîne avait proposé de nombreux divertissements autour d'artistes décédés (*Barbara ma plus belle histoire d'amour*, *Claude François ces années là*, *Dalida passionnément*, *Daniel Balavoine* ou encore *Joe Dassin*). Ce type de divertissements ainsi que d'autres en partie axés sur la nostalgie (*Top à Maritie*, *Variétés des années 70*, *En route pour l'Eurovision*), n'ont pas été reconduits dans la grille de la chaîne en 2003.

Si l'on considère l'offre des documentaires et magazines musicaux sur les chaînes publiques, le constat est inverse de celui opéré pour la musique interprétée car leur volume horaire baisse de manière significative (-29h39) sur l'ensemble des chaînes à l'exception notable de France 2 qui, en plus des deux magazines réguliers *Cd'aujourd'hui* (programme court sur l'actualité du disque) et *Musiques au cœur* (proposé le lundi à 0h40), a diffusé de nombreux documentaires musicaux grâce en partie au partenariat conclu avec Mezzo.

Dans ce domaine, c'est la chaîne Arte qui enregistre la plus forte baisse (-28h57) suivi de France 3 (-10h20) et de France 5 (-9h54). Si Arte conserve de grands rendez-vous réguliers consacrés à la musique (*Maestro* le dimanche à 19h, *Musica* le samedi à 22h35 et *Tracks* désormais proposé le jeudi à 23h15), entre 2002 et 2003 la chaîne a modifié le format de la case *Music Planet 2nite* et diminué l'offre de documentaires au profit de la diffusion de concerts pour finalement supprimer la case en novembre 2003 ; de même elle a consacré moins de cases de soirées *Thema* à la diffusion de documentaires musicaux.

Sur France 3, la baisse du volume horaire en 2003 s'explique par le plus faible nombre de documentaires dans les cases de nuit, ainsi que par la disparition du magazine *Sorties de nuit* dont certains numéros spéciaux de formats plus longs avaient pour thème exclusif la musique (*Nuit de rave*, *Quand ils ont le blues*, *En avant la musique*, *Le Tout techno*, *Les Vieilles charrues ont 10 ans*).

Sur France 5, la baisse concerne les documentaires diffusés en dehors des rendez-vous réguliers et ne touche pas ou peu les séries documentaires telles que les *Refrains de la mémoire* ou *Les Lumières du music-hall* pas plus que les documentaires musicaux diffusés dans la case *Les Arts* le dimanche matin.

## II. La question de l'exposition de la musique

Les modes d'exposition des deux grands genres de musique (classique/actuelles) demeurent très différenciés.

### 1. Le cas de la musique classique

A l'exception notable d'Arte, la musique classique, le jazz et la musique traditionnelle sont diffusés la plupart du temps la nuit voire au petit matin (*Musiques au cœur* le lundi à 1h25 sur France 2, *Toute la musique qu'ils aiment* le vendredi à 1h45, *Les Matinales* du lundi au

dimanche à 5h40 sur France 3). Il s'agit pour la majorité des chaînes d'une "programmation contrainte" qui doit beaucoup au respect des obligations réglementaires et recueil de faibles audiences, même s'il convient de noter que l'audience moyenne des concerts classiques, opéras et ballets sur les différentes chaînes s'établit entre 0,2% et 0,3% pour l'année 2003 pour une audience réelle de près de 90 000 téléspectateurs. L'audience moyenne de ce type de programmes est certes sans rapport avec l'audience des émissions musicales diffusées en première partie de soirée sur les chaînes hertziennes, mais n'est néanmoins pas à négliger au regard de la fréquentation d'une représentation de ce genre de spectacles.

Les chaînes de France Télévision ont tenté à quelques reprises de proposer des émissions culturelles en deuxième partie de soirée, où la musique classique bénéficiait d'une meilleure exposition (*Quatre Saisons, Le choc des cultures*), sans toutefois parvenir à pérenniser cette offre. Il convient de souligner que France 3 retransmet chaque année depuis 1994 en première partie de soirée *Les Victoires de la musique classique* et depuis 2003 *Les Victoires du jazz* en troisième partie de soirée. Il convient également de souligner la meilleure exposition des opéras sur France 3 au cours de l'année 2003 puisque la chaîne en a programmé deux au cours de l'après-midi (*La damnation de Faust* le 27/7/03 à 14h50 et *Les Troyens de Carthage* le 26/10/03 à 16h00)

Enfin, les nouvelles négociations entreprises par le Ministère de la Culture et de la Communication et France Télévision concernant l'avenant au contrat d'objectifs et de moyens (COM) de la holding devraient permettre de répondre en partie au problème d'exposition des genres classique, jazz et musique traditionnelle.

## **2. L'exposition des musiques actuelles**

S'agissant des musiques actuelles, celles-ci interviennent dans des plages horaires beaucoup plus étendues sur la journée, notamment la plage stratégique de la première partie de soirée. Leur présence à l'antenne est aussi beaucoup plus fluctuante.

En effet, la diffusion des musiques actuelles parce qu'elles relèvent d'un genre grand public s'inscrit dans une logique de promotion d'une activité discographique ou d'une tournée de manière plus évidente que pour d'autres genres musicaux. A l'exception notable de grands concerts autour d'artistes fédérateurs, la diffusion des musiques actuelles à l'heure où le public est le plus disponible se fait principalement par l'intermédiaire de deux types de programmes : des divertissements de première partie de soirée et des vidéomusiques en journée.

Si l'offre de vidéomusiques est restée relativement constante sur les chaînes hertziennes en raison du poids de M6 et de ses obligations dans le domaine, l'offre de divertissements en première partie de soirée a, elle, beaucoup varié entre 1990 et 2000. Après une apogée des émissions de variétés en 1990 (jusqu'à 6 premières parties de soirée régulières sur TF1), le genre a subi une lente désaffection jusqu'en 2000 en raison de multiples facteurs (effets des quotas dont étaient exclues les émissions de variétés, arrivée des *reality shows*, segmentation des goûts du public). Depuis 2001, l'arrivée de *Star Academy* et de *Popstars* rejoint par *La Nouvelle star* en 2003 a marqué un renouvellement des divertissements musicaux en première partie de soirée. Plus récemment, les émissions « nostalgie » proposant des jeux ou des palmarès de titres participent également de ce mouvement.

<b>Débutant entre 20h30 et 22h30</b>	<b>2000</b>	<b>2003</b>
Chaînes publiques (F2, F3, Arte)	88 h22	78 h51
Chaînes privées (TF1, M6, Canal +)	81 h24	187 h33
<b>TOTAL</b>	<b>169 h46</b>	<b>266 h24</b>

Ont été comptabilisés ici les concerts, spectacles musicaux, émissions de variétés et divertissements à composante musicale, magazines et documentaires musicaux relevant des musiques actuelles.

Source : Base de données programmes CSA

Les critiques demeurent toutefois les mêmes quant aux risques courus par la diversité musicale, même si ceux-ci ne se posent pas dans les mêmes termes. En 1990, l'offre surabondante en première partie de soirée conduisait les diffuseurs, selon la filière musicale, à se recentrer toujours plus sur des artistes fédérateurs afin de soutenir l'audience de programmes lourds à produire. Depuis 2001, les critiques ne visent pas tant une surexposition d'artistes confirmés au détriment des jeunes talents que la surexposition de jeunes artistes liés aux programmes qui les découvrent et aux diffuseurs eux-mêmes via leur contrat discographique.

Les critiques de la filière musicale concernant l'exposition des musiques actuelles visent également l'absence d'une offre sur les autres tranches horaires et notamment la deuxième partie de soirée qui permettrait pourtant, compte tenu de la moindre pression publicitaire qui s'y exerce, de proposer une offre plus diversifiée. Les chaînes de service public ont de ce point de vue joué un rôle particulier. France 2 a ainsi relancé en journée *La chance aux chansons* (1991) après son abandon par TF1, initié le format de deuxième partie de soirée *Taratata* (1993) et plus récemment lancé *Chanter la vie* le dimanche matin (2002), *Trafic.Musique* (2002) en troisième partie de soirée et repris le format anglais *Top of the Pops* (2003) le mercredi après-midi puis le samedi matin.

\*\*\*

En conclusion, on peut souligner en 2003 le paradoxe entre d'une part, la crise rencontrée par l'industrie du disque depuis cette date et d'autre part, l'embellie en matière d'exposition des musiques actuelles en télévision depuis 2000, la crise n'ayant semble-t-il pas fait sentir ses effets sur l'offre en télévision.

A court et moyen terme, l'offre musicale en télévision et sa diversité seront de fait en grande partie conditionnées par plusieurs facteurs :

- le démarrage et le succès de la télévisions numérique terrestre (TNT)
- la santé de la filière musicale
- les engagements précis que prendra France Télévision dans l'avenant au contrat d'objectifs et de moyens
- les nouveaux engagements en production audiovisuelle des chaînes musicales sur le câble et le satellite

S'agissant de la TNT, le Conseil supérieur de l'audiovisuel a fait le choix de proposer au plus grand nombre une offre de musique en clair et a donc décidé de retenir en plus de la reprise de M6 et son canal « bonus » M6 Music, deux nouveaux services musicaux ou à composante musicale iMCM, projet de MCM SA (Lagardère Thématiques) et NRJ TV, projet de NRJ

Group. Les chaînes retenues ont pris des engagements tant en production qu'en diffusion avec un accent particulier sur l'exposition des jeunes talents. Il convient de rappeler ici que l'existence d'une chaîne musicale gratuite sur la TNT pourrait permettre à M6 de solliciter du Conseil supérieur de l'audiovisuel, comme il souhaitait déjà le faire au moment du renouvellement de sa convention en 2001, la renégociation du niveau de ses obligations musicales tant en diffusion qu'en production, en vertu de l'article 69 de sa convention. Le Conseil devra alors apprécier cette demande et les suites à lui réserver au regard des conditions de renégociation stipulées dans l'article sus-nommé de sa convention.

Il convient de rappeler également qu'en début d'année 2004, dans le cadre du retrait de Suez du capital de Métropole Télévision, la société a signé avec le Conseil supérieur de l'audiovisuel un nouvel avenant à sa convention qui contient des dispositions particulières concernant la diversité musicale sur son antenne qui figurent au premier alinéa de l'article 36 de la convention<sup>46</sup>.

---

<sup>46</sup> Cf Rappel des obligations musicales des chaînes hertziennes en annexes.

## ANNEXE

**OBLIGATIONS MUSICALES FIGURANT DANS LES CAHIERS DES CHARGES  
DES CHAINES HERTZIENNES NATIONALES PUBLIQUES ET LES  
CONVENTIONS DES CHAINES HERTZIENNES NATIONALES PRIVEES**

	<b>France 2</b>	<b>France 3</b>
<b>Diffusion</b>	<p>☛ de diffuser des spectacles lyriques, chorégraphiques et dramatiques, produits par les théâtres, festivals et organismes d'action sociale et dont le nombre annuel ne peut être inférieur à 15 ; de s'attacher à susciter des créations ou recréations originales destinées à la télévision et de faire connaître les diverses formes d'expression théâtrale, lyrique ou chorégraphique ainsi que leur actualité ; (article 24)</p> <p>☛ de diffuser régulièrement des émissions à caractère musical dont le volume horaire mensuel ne peut être inférieur à deux heures, le contenu de ces émissions devant faire connaître aux téléspectateurs les diverses formes de musique, rendre compte de l'actualité musicale et promouvoir les nouveaux talents ; (article 26)</p> <p>☛ de diffuser annuellement un volume horaire minimum de 16 heures de concerts de musique classique interprétés par des orchestres européens et français, dont ceux de Radio France ; (article 26)</p> <p>☛ de donner une place majoritaire à la chanson d'expression française dans leur programmes de variétés ; de s'attacher à présenter les nouveaux talents ; de veiller à illustrer toutes les formes de la musique vivante en ouvrant largement les programmes aux retransmissions de spectacles publics présentés en France. (article 27)</p>	<p>☛ de diffuser des spectacles lyriques, chorégraphiques et dramatiques, produits notamment au niveau régional et dont le nombre annuel ne peut être inférieur à 15 ; de s'attacher à susciter des créations ou recréations originales destinées à la télévision et de faire connaître les diverses formes d'expression théâtrale, lyrique ou chorégraphique ainsi que leur actualité ; (article 26)</p> <p>☛ de diffuser régulièrement des émissions à caractère musical dont le volume horaire mensuel ne peut être inférieur à deux heures, le contenu de ces émissions devant faire connaître aux téléspectateurs les diverses formes de musique, rendre compte de l'actualité musicale et promouvoir les nouveaux talents ; (article 28)</p> <p>☛ de diffuser annuellement un volume horaire minimum de 16 heures de concerts de musique classique interprétés par des orchestres européens, nationaux et régionaux, dont ceux de Radio France ; (article 28)</p> <p>☛ de donner une place majoritaire à la chanson d'expression française dans leur programmes de variétés ; de s'attacher à présenter les nouveaux talents ; de veiller à illustrer toutes les formes de la musique vivante en ouvrant largement les programmes aux retransmissions de spectacles publics présentés en France, notamment en régions. (article 29)</p>
<b>Production</b>	-	-

	<b>TF1</b>	<b>M6</b>
<b>Diffusion</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☛ de diffuser annuellement un minimum de 12 spectacles dramatiques, lyriques et chorégraphiques et de programmer un minimum annuel de 10 heures de concerts, donnés par des orchestres français, nationaux ou régionaux (article 13 du décret du 30 janvier 1987)</li> <li>☛ de diffuser des concerts et spectacles vivants (article 32)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☛ à consacrer 30% de sa programmation annuelle à des émissions musicales, une part majoritaire de la musique diffusée dans ces émissions étant d'expression originale française ; (article 36)</li> <li>☛ s'engage à conduire une politique favorable à la diversité des producteurs musicaux. A cette fin la société déclare, dans le volume horaire annuel de diffusion des émissions musicales, des divertissements à composante musicale et des vidéomusiques, la part des titres édités ou produits par des sociétés contrôlées par son actionnaire principal ou la société qui le contrôle ; (article 36) avenant n°3*</li> <li>☛ à développer la présence d'émissions musicales et d'émissions de divertissement à composante musicale aux heures de forte audience ; (article 36)</li> <li>☛ à proposer une programmation ouverte aux différents genres musicaux, notamment à ceux destinés aux plus jeunes ; (article 36)</li> <li>☛ à promouvoir les nouveaux talents de la chanson française. (article 36)</li> </ul>
<b>Production</b>	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>☛ à coproduire et diffuser annuellement 150 vidéomusiques consacrées à des artistes francophones, dont 30 à des nouveaux talents ; (article 37)</li> <li>☛ à consacrer chaque année à la production d'émissions musicales et d'émissions de divertissement à composante musicale un montant fixé à 21,34 M€ (article 37)</li> </ul>

Disposition qui entrera en vigueur sur le contrôle de l'exercice 2004 de M6

**Annexe 5**  
**Documents des chaînes**



francetélévisions  
Direction de la stratégie des programmes

14/04/04

---

## La place de la musique sur les chaînes de France Télévisions

---

### LE GROUPE FRANCE TÉLÉVISIONS PROPOSE UNE OFFRE MUSICALE TRÈS DIVERSIFIÉE, À TRAVERS DES FORMATS VARIÉS :

- **DIVERSITE MUSICALE :**
  - **Eclectisme** des genres musicaux présentés : classique, pop, rock, jazz...
  - Diversité des types d'émissions (documentaires, magazines, spectacles) et des formats proposés
  - Diversité des cases horaires de programmation
  - Patrimoine et **promotion des nouveaux talents**
  - **Complémentarité** des approches des 3 chaînes hertziennes + **MEZZO**
  - **Pas d'émissions de télévision réalité musicale** mais développement de la connaissance et de la sensibilité musicale des téléspectateurs
  
- **EXPOSITION DANS DES EMISSIONS TRES DIVERSES :**
  - émissions spécifiquement consacrées à la musique ;
  - retransmissions et captations ;
  - des programmes événementiels ;
  - sujets des JT<sup>47</sup> ; rubriques et invités des magazines.

En 2003, en dehors des rubriques des journaux et de la présence d'invités ou de reportages dans les magazines généralistes, 838 heures ont été consacrées à la musique sur les trois chaînes du groupe, ce qui représente 2h30 par jour en moyenne.

### AU-DELÀ DE LEURS OBLIGATIONS, LES CHAÎNES PRENNENT DES ENGAGEMENTS VOLONTARISTES DANS CE DOMAINE :

- les cahiers des charges
- le Contrat d'objectifs et de moyens (contrat initial + avenant en cours de négociation)
- les contrats avec les institutions (Opéra de Paris), la promotion des festivals, les partenariats avec le spectacle vivant, la retransmission et/ou l'organisation de soirées spéciales (Fête de la musique, Victoires...)

---

<sup>47</sup> Depuis janvier, on compte en moyenne chaque mois 40 à 50 sujets consacrés à la musique dans les éditions nationales de France 2 et France 3 : Molly Jonhnsen, Cité de la musique, Ensemble orchestral de Paris, Festival Cité-danse de Suresnes, Cali, Sofia Mestari, Vladimir Cosma, Jeanne Balibar, Thomas Dutronc, Diams, CD sur l'histoire du blues, Indochine, Lene Marlin, The white stripes, l'olympia, La folle journée de Nantes, Raoul Paz, grand prix de piano à la Sorbonne, Semele de Haendel, nominations aux Victoires, Les Jamaica All Stars, Daniel Lavoie, un album de Michel Petrucciani, Norah Jones, 11èmes Victoires de la musique classique, le groupe Indigo, Laurent de Wilde, Sébastine Texier, Art Mengo, Martha High, Georges Moustaki, Erid de Courson, Dorval, Les têtes raides...





## LA MUSIQUE SUR FRANCE 2 NON-EXCLUSION, DIVERSITÉ ET QUALITÉ

### Musique Classique

Au total, France 2 propose une centaine d'heures de programmes musicaux par an... soit bien plus que ce que prévoient les obligations du cahier des Charges.

En 2003, la retransmission d' **Otello** de Verdi depuis Orange et la première partie des **Troyens** de Berlioz ont constitué des événements suivis par le plus large public, tout comme le **Concert du Nouvel An de Vienne** retransmis traditionnellement chaque 1<sup>er</sup> Janvier.

France 2 programme une émission hebdomadaire, **Musiques au Cœur**<sup>48</sup>, diffusée le lundi en troisième partie de soirée, 47 émissions d'une durée moyenne d'une heure et 15 minutes.

Cette émission d'Eve Ruggieri accueille des programmes éclectiques consacrés aux grands interprètes, à l'actualité musicale, à la production discographique, ainsi que des retransmissions lyriques, chorégraphiques et symphoniques.

C'est dans ce cadre que sont présentés les orchestres européens et français prévus par l'article 26 du Cahier des charges : France 2 a programmé 25 heures et 31 minutes de concerts, dont 4 heures 02 avec les formations de Radio France en 2003.

Dans le cadre d'un **partenariat avec Mezzo**, l'émission Musiques au cœur est retransmise sur cette chaîne tandis que chaque lundi un documentaire de 26' de Mezzo est retransmis sur France 2.

En 2003 : **5 opéras** auront été diffusés : *La Chauve souris*, *Guerre et paix*, *Manon* (dans le cadre de l'accord avec l'Opéra national de Paris), *Othello* (depuis Orange) et *Les Troyens* (retransmission en direct du Châtelet) ainsi que **2 ballets** : *Don Quichotte* (Opéra de Paris) et *Troquadero* (Ballets de Monte-Carlo).

En 2004, France 2 reconduit son dispositif musical. En dehors des *Musiques au Cœur*, la chaîne sera de nouveau présente aux Chorégies d'Orange. Pour la fin d'année, une retransmission de *La Grande Duchesse de Gerolstein* est envisagée l'après-midi depuis le Châtelet.

### Musiques Actuelles

La chaîne consacre en moyenne, chaque année, **25 premières parties de soirées aux variétés**.

France 2 diffuse chaque année en première partie de soirée les **Victoires de la Musique**, qui comporte dorénavant 3 catégories pour les révélations de l'année.

En 2003, la chaîne a ainsi proposé des **émissions spéciales** consacrées à : Patrick Bruel, France Gall, Renaud, Florent Pagny, Jacques Dutronc, Serge Lama, etc.

Des émissions thématiques : *La Légende des voix*, *D'une Rive à l'autre* (de la Méditerranée), *Dolce Roma*, *Sol en Cirque*, *Voix Québécoises*... en première partie de soirée.

<sup>48</sup> Du 1<sup>er</sup> janvier 2003 au 31 janvier 2004, ont été diffusées 55 émissions :

- 270 extraits (qui se répartissent comme suit : 42% de lyrique, 19% de symphonique, 11% de récital, 8% de baroque, 4.5% d'opérette, 3.5% de musique sacrée, 3% de musique de chambre...)
- 288 artistes (58% confirmés et 42% de **jeunes talents**)

Des hommages à Piaf, et à Brel.

**Des émissions régulières** telles que *Vivement Dimanche* accueillent des chanteurs comme invités d'honneur : Michel Sardou, Mireille Mathieu, Johnny Hallyday, Jane Birkin, Jean Ferrat, Enrico Macias, Laurent Voulzy, Sacha Distel, Carla Bruni, Florent Pagny, Michel Jonasz, Linda Lemay.

Les émissions du *Plus grand cabaret du monde* de Patrick Sébastien proposent des interprétations « live » d'artistes accompagnés en direct sur le plateau.

**Des mots de minuit** s'ouvrent régulièrement à la musique notamment aux « musiques d'ailleurs » et au jazz.

**Campus** accueille des invités du monde du spectacle et de la chanson (Dave, Françoise Hardy, Julien Clerc, Diam's, Didier Lockwood, John Mac Laughlin, Peter Cincotti...).

C'est aussi le cas de *Double Je*, le magazine de Bernard Pivot (Jane Birkin, Carla Bruni, Brian Molko, Ute Lemper, Ruggero Raimondi, Keren Ann, Corneille...)

**CD'aujourd'hui** (lancé en avril 2001) permet de présenter **chaque jour** l'actualité du disque et les nouveaux CD des artistes appartenant à toutes les tendances rock, rap, electro, world, chanson française, jazz, reggae... Ce programme court (1 minute 30) est multidiffusé quatre fois par jour. **6 millions** de téléspectateurs en moyenne. **200 numéros** par an. Environ 30% de nouveaux talents.

Deux émissions hebdomadaires plus ciblées permettent de célébrer une certaine nostalgie avec *Chanter la Vie* (de Pascal Sevran) le dimanche matin<sup>49</sup>, ou d'établir un classement hebdomadaire *Top of the Pops* de la variété nationale et internationale (50 meilleures ventes d'albums).

**Trafic. Musique** présenté par Guillaume Durand, a notamment permis de consacrer deux émissions au Festival de Montreux (jazz).

France 2, qui **parraine de nombreux spectacles et des concerts**<sup>50</sup>, **retransmettra** (ainsi que France 5 sur le câble et le satellite) **le Prix Constantin**, palmarès des jeunes talents.

En 2004, outre la retransmission des *Victoires de la Musique*, France 2 a déjà prévu un certain nombre d'émissions spéciales : Nuit du Débarquement, Fête de la Musique, 50 Ans de l'Olympia, Salvatore Adamo, Michel Sardou, Sylvie Vartan.

Une réflexion est engagée sur la mise en place d'une case régulière en faveur des spectacles parrainés par la chaîne.

---

<sup>49</sup> A noter : l'opération « Entrée d'artistes », 5 émissions spéciales en 2004 pour les nouveaux talents

<sup>50</sup> Carla Bruni, Laurent Voulzy, Sylvie Vartan, Henri Salvador, Pierre Perret, La Nuit celtique, Alain Bashung, Mickey 3D, Night of the Proms (Florent Pagny & Julie Zenatti), Francis Lalanne, Jane Birkin, Eddy Mitchell, Vincent Delerm, Bénabar, Autour de la guitare, Les enfants du soleil, Stephan Eicher, Enrico Macias, Diane Dufresne, Cesaria Evora, Cool Crooners, Chanson Flamenca, Paolo Conte, Casa de la Trova, Madre Deus, Björk, Ben Harper, Bruce Springsteen, Rolling Stones



## LA MUSIQUE SUR FRANCE 3 LE NATIONAL, L'INTERNATIONAL ET LE REGIONAL

- France 3 propose plusieurs émissions traitant du **spectacle vivant et de l'actualité musicale** :
  - *Les Matinales*, émission quotidienne, a proposé en 2003 plus de 110 heures de musique (concerts classiques, jazz, musiques du monde, opéra et documentaires) ;
  - *Toute la musique qu'ils aiment* le vendredi, présenté par Alain Duault, propose aux mélomanes des concerts classiques, récitals lyriques, concerts symphoniques, musique de chambre...
  - la case hebdomadaire du samedi soir, *Arrêt spectacles* (qui a remplacé en septembre *Sorties de nuit*<sup>51</sup>) qui rend compte de l'actualité culturelle dans tous ses domaines et propose des documentaires sur la musique, les différents modes d'expression du spectacle ainsi que des concerts<sup>52</sup>
  - *Ombre et Lumière*, accueille diverses personnalités de la scène artistique et notamment des musiciens et des chanteurs<sup>53</sup>
  - *J'ai pas sommeil*, rend compte de l'actualité culturelle régionale et *Espace francophone* de celle des pays francophones ou francophiles.
- La chaîne propose, en outre, des **retransmissions de concerts** et assure une forte présence dans de **nombreux festivals** (musique classique, jazz, du monde, pop-rock...) :
  - *Les Folles Journées* de Nantes, *Musique à l'Empéri*, *Piano aux Jacobins*, *Prades*...
  - Festivals de Porquerolles, de Marciac, de Fès, « Fiestas du Sud » de Marseille, *Transmusicales* de Rennes, *Francofolies* de La Rochelle, *Festival des Vieilles charrues*...
  - France 3 a décidé, avec son antenne régionale de Rennes, de diffuser « La grande parade des nations celtes » dans le cadre du *Festival Interceltique de Lorient*.

<sup>51</sup> Quelques invités de *Sorties de nuit* en 2003 : Thomas Fersen, Raphaël, Ben Harper, Keziah Jones, Thomas Dutronc, Keren Ann, Benjamin Biolay, Axelle Red, Aston Villa, Susheela Raman, Arno, Souad Massi...

<sup>52</sup> Quelques invités d'*Arrêt spectacles* saison 2003/2004 : 27/09/03 : Le quatuor pour « Sur la corde rêve » ; 4/10/03 : Alain Chamfort pour « Le plaisir » ; 11/11/03 : Les têtes raides aux Bouffes du Nord ; 25/10/03 : Bénabar à l'Elysée Montmartre ; 1/11/03 : I am pour « Revoir un printemps » ; 8/11/03 : Susheela Raman au Bataclan ; 22/11/03 : Patricia Petibon à la salle Gaveau ; 29/11/03 : Axelle Red au Bataclan ; 6/12/03 : Thomas Fersen à la Cigale ; 10/01/04 : Erik Truffaz à l'Elysée Montmartre ; 17/01/04 : Tété à l'Elysée Montmartre ; 31/01/04 : Jean-Jacques Milteau en concert au Sunset ; 7/02/04 : Eagle Eye Cherry à l'Elysée Montmartre ; 14/02/04 : Kézia Jones au New Morning ; 21/02/04 : Air pour la sortie de l'album « Talkie Walkie » ; 6/03/04 : Jeanne Cherhal à l'Européen ; 13/03/04 : Albin de La Simone pour la sortie du 1<sup>er</sup> album...

<sup>53</sup> Quelques invités d'*Ombre et lumière* saison 2003 : Julien Clerc, Marc Lavoine, Jean-Louis Aubert, Liane Foly, Roberto Alagna, Cecilia Bartoli, Anne Gastinel, Georges Moustaki, Enrico Macias, Carla Bruni, Sheila, Christophe Eschenbach, Akhenaton, Pierre Perret...

- En 2003, France 3 a diffusé **5 spectacles lyriques** avec, outre l'événement du dimanche 26 octobre 2003 après-midi, pendant lequel France 3 et France 2 ont diffusé **en direct** du Châtelet **Les Troyens** de Berlioz, *La Damnation de Faust*, *El Nino*, *Pelléas et Mélisande*, *La Flûte enchantée*.

En 2003, dans le cadre de l'accord avec l'Opéra de Paris, France 3 a filmé *Les Boréades* de Rameau au Palais Garnier ainsi qu'un ballet, *Ivan Le Terrible* et la chaîne a acquis les droits de 2<sup>ème</sup> diffusion (après France 2) de *Guillaume Tell*.

En 2004, France 3 filmera *Capriccio* de Richard Strauss et *Signes* de Carolyn Carlson à l'Opéra de Paris. La chaîne sera présente au festival d'Aix en Provence pour *L'Enlèvement au sérail* de Mozart, mis en scène par Jérôme Deschamps et Macha Makeïeff.

- Elle diffuse les **Victoires de la musique classique**<sup>54</sup> (qui décernent 3 trophées « révélations ») et les **Victoires du jazz** et retransmet - en alternance avec France 2 - le **concours Long-Thibault** consacré aux jeunes interprètes de musique classique.
- France 3 propose également des **documentaires musicaux** : des portraits d'artistes confirmés diffusés en première partie de soirée (France Gall, Julien Clerc, Renaud), des documentaires sur la musique classique (*Les Casadesus, une famille au travail*, Master Class François-René Duchable et *Le chevalier Saint-Georges*), sur l'art lyrique (la série de 6x26' Les folies de l'opérette), le jazz (Les grands du jazz vus par Guy Le Querrec), les musiques du monde (Grandeur et décadence d'un héros de Mme Mao), la danse, et des séries telle que « Drôle de gamme » qui accordent une place importante aux jeunes interprètes.
- Les **magazines** de plateau de France 3 accueillent régulièrement les artistes : *Le fabuleux destin de...*, *On ne peut pas plaire à tout le monde* (70 artistes reçus en 2003 dont Arno, Raphaël...), *Culture et dépendances...*
- En première partie de soirée, la chaîne diffuse des **émissions spéciales** : *Pour Laurette*, *Symphonic Show*, *Au nom des autres (+ de vie)*<sup>55</sup>...

France 3 participe chaque année à la découverte et à la promotion d'un jeune talent de la chanson française à l'occasion du concours de l'*Eurovision*.

- Sans oublier, les nombreux **sujets diffusés dans le cadre des journaux** (12-14, 19-20 et Soir 3) sur l'actualité artistique tous genres confondus dans les éditions nationales et régionales.

---

<sup>54</sup> France 3 vient de renouveler pour trois ans son contrat avec *Les Victoires de la musique classique*.

<sup>55</sup> ***Pour Laurette* (25/03/2003)** : Johnny Hallyday ; Alizée ; Hélène Ségara ; Eve Angeli ; Cécilia Cara ; Lorie ; Frédéric François ; Les L5 ; Patrick Fiori ; Maurane ; Liane Foly

***Symphonic Show* (21/05/2003)** : L'orchestre des Night of The Proms ; Florent Pagny ; Julie Zenatti ; Serge Lama ; Lena K, Saya ; Christelle Adams, Dominique Magloire ; Nolwenn Leroy ; Gérard Lenorman ; Patrick Fiori ; Tina Arena ; Larusso ; Sacha Distel ; John Miles ; Vincent Niclot

***Au nom des autres (+ de vie)* (29/09/2003)** : Johnny Hallyday ; Lorie ; Pascal Obispo ; Nolwenn Leroy ; Lara Fabian ; Alizée ; Hélène Ségara ; Sacha Distel ; Vincent Niclot ; Marc Lavoine ; Chimène Badi ; Calogéro

***Symphonic Show* (22/12/2003)** : L'orchestre des Night of the Proms ; Garou ; Lara Fabian ; Charles Aznavour ; Ishtar ; Thierry Amiel ; Julio Iglesias ; Les demoiselles de Rochefort ; Henri Salvador ; Lara Fabian & Jean-Felix Lalane ; Les filles (« Belles, Belles, Belles ») ; Roch Voisine ; Martin Fontaine (Elvis Story) ; Gérard Lenorman ; Josh Groban ; Patricia Kaas ; Eruption & Precious Wilson ; Laurent Voulzy ; Julie Zenatti ; John Miles

▪ Une **dimension régionale en plein essor**

Dans le cadre du développement de ses programmes régionaux (**doublément du volume à horizon 2008**), la chaîne ouvrira de nouveaux espaces à la culture et notamment aux manifestations musicales en région.

Liste des captations musicales régionales en 2003 :

ALSACE : Summerlieds (mars) ; AQUITAINE : Zebda / Massilia S System et Gnawa Diffusion : concert dans le cadre des « nuits atypiques de Langon) – 2 x 52' ; BOURGOGNE FRANCHE COMTE : Les Eurockéennes de Belfort ; LIMOUSIN POITOU CHARENTES : Un violon sur le sable : concert (décembre) – 90' ; 20<sup>ème</sup> festival des Francophonies (septembre) – 52' ; Gala des musiciens en herbe (janvier) – 45' ; LORRAINE CHAMPAGNE ARDENNES : Ute Lamper : chant à Paris ; Jannemaria Testa : chant à Nancy ; Espoirs de la chanson en Lorraine ; MEDITERRANEE : Massilia Sound System à Miramas (novembre) 52' ; NORD PAS DE CALAIS : Le concert du partage (janvier) ; Le clavier fantastique (avril) ; Concert d'ouverture de Lille 2004 (décembre) ; OUEST : Kan ar bobl : chant du peuple en breton (mai) – 4 x 13' ; Festival de Cornouaille : soirée anniversaire de clôture (juillet) – 60' ; La grande parade des celtes (août) – 90' ; Cyberfestnoz (novembre) – 60' ; PARIS ILE DE FRANCE CENTRE : Finale des tremplins de la musique (décembre) ; RHONE ALPES AUVERGNE : Requiem de Berlioz ; Mariane James ; SUD : Les découvertes d'Alors Chante à Montauban (mai) 3 x 26' – 52' – 18' ; Jazz in Marciac : portraits (août) 6 x 52' ; Les Méditerranéennes à Argelès sur Mer (septembre) 2 x 60' ; Massilia Sound System : concert (juillet) – 52'



## LA MUSIQUE SUR FRANCE 5 MONTRER LA DIVERSITÉ DES PROCESSUS DE CREATION

France 5, en mettant en place sa nouvelle ligne éditoriale en septembre 2001, a souhaité affirmer qu'elle n'était pas une chaîne artistique mais de partage des connaissances et des cultures.

France 5, à travers sa politique de diffusion musicale essaie de favoriser l'accès à la culture.

France 5 ne se contente pas de diffuser des programmes musicaux, elle souhaite **faire découvrir le monde de la musique et ses métiers, de donner un avant goût des oeuvres** sans pour autant les diffuser. Ces programmes cherchent à montrer la **diversité des processus de création**. C'est la réponse de France 5 à la télé réalité où les talents se fabriquent d'une façon industrielle.

La chaîne a lancé en 2002 une **collection de documentaires** en choisissant des artistes que nous suivons pendant plusieurs mois. Nous avons aussi produit des **programmes sur la préparation d'évènements musicaux** comme des concerts ou des opéras.

En 2003, les programmes sur la musique ont reflété cet éclectisme puisque la chaîne a diffusé, par exemple, des documentaires sur :

- Berlioz, à l'occasion du bicentenaire de la naissance du compositeur
- la tournée de Chung en Europe centrale avec l'orchestre philharmonique de Radio France (le documentaire suit les répétitions, séances de travail, et dresse un portrait de cet illustre chef d'orchestre)
- la claveciniste Janine Reiss, qui a travaillé pendant dix ans aux côtés de la Callas -mais aussi de Teresa Berganza, Julia Migenes, Placido Domingo...-
- toutes les étapes de la création de l'opéra 'Guillaume Tell', à l'occasion de sa mise en scène, en février 2003
- la musique baroque (suivre pas à pas la renaissance d'une oeuvre musicale inédite, de la première lecture à l'interprétation d'un manuscrit retrouvé, restauré et rejoué pour la première fois depuis trois siècles)
- des jeunes musiciens comme Souad Massi qui incarne la nouvelle chanson algérienne (le film brosse le portrait de la chanteuse à l'oeuvre lors de la préparation de son dernier album), Vincent Delerm, consacré aux Victoires de la musique 2003 'meilleur album révélation de l'année', ou encore Stomy Bugsy, rappeur, qui est devenu un phénomène de société et un modèle d'ascension sociale
- Léo Ferré, à l'occasion du 10 ème anniversaire de sa disparition (la chaîne a également diffusé un concert de Léo Ferré au théâtre des Champs-Élysées sur le câble et le satellite)
- ou encore des chanteurs populaires comme Jacques Brel, Salvatore Adamo, Jean-Jacques Goldmann, Johnny Hallyday ou Mike Brant

Outre cette politique de documentaire, France 5 diffuse depuis plusieurs années **un rendez-vous hebdomadaire sur les chansons (Les refrains de la mémoire, Les lumières du music hall ...)**. En 2004, un nouveau programme a été lancé, **Les chansons d'une vie**, dont la production est toujours assurée par P6 production. Ce rendez vous s'articule autour de chansons d'hier et d'aujourd'hui qui évoquent les moments clés de la vie d'une personnalité.

Par ailleurs, à travers son magazine hebdomadaire sur l'actualité culturelle **UBIK**, France 5 permet d'informer les téléspectateurs sur l'actualité musicale :

- la rubrique « *platine Ubik* » présente les disques qui vont sortir

- certains sujets, en fonction de l'actualité de la semaine, présentent des concerts, des évènements autour de la musique. Ils couvrent l'ensemble du spectre de la musique (opéra, jazz, musiques électroniques, chanson française...)

Enfin, France 5 a produit et diffuse dans ses cases jeunesse, des programmes courts, **Ecoute écoute**, où des jeunes enfants revisitent les chansons du patrimoine français.

En 2004, la diffusion de programmes musicaux sur France 5 s'inscrit dans la continuité de 2003 avec la poursuite de la diffusion d'*Ubik* et la diffusion de documentaires sur des sujets aussi variés qu' Edith Piaf, l'Opéra selon Hugues Gall, Zebda, ou encore les 50 ans de l'Olympia sans oublier son nouveau rendez-vous *Les chansons d'une vie*.

## La réglementation et les engagements du groupe

### → Les cahiers des charges

Conformément aux obligations des cahiers des charges, notre politique vise à susciter des créations originales, faire connaître aux téléspectateurs les diverses formes d'expression musicale, rendre compte de l'actualité, présenter les nouveaux talents et promouvoir la chanson d'expression française.

- Article 24 France 2 et 26 France 3
  - 15 spectacles lyriques, chorégraphiques et dramatiques / an
  - objectif : susciter des créations originales, faire connaître les diverses formes d'expression et rendre compte de l'actualité
  
- article 26 (France 2) et 28 (France 3)
  - volume horaire *mensuel* des émissions à caractère musical : 2h
  - objectif : faire connaître aux téléspectateurs les diverses formes de musique, rendre compte de l'actualité musicale et promouvoir les nouveaux talents
  - volume horaire *annuel* de concerts de musique classique : 16h
  
- article 27 (France 2) et 29 (France 3)
  - programmes de variétés
  - objectif : promotion de la chanson d'expression française, présentation des nouveaux talents
  - retransmission de spectacles
  - objectif : illustration de toutes les formes d'expression de la musique vivante

### → Le Contrat d'Objectifs et de Moyens de France Télévisions

L'objectif 1.4 est consacré au soutien du spectacle vivant. Il renforce les obligations des cahiers des charges des chaînes en fixant au groupe un minimum de 35 spectacles par an sur France 2 et France 3.

« France Télévisions apportera son soutien à la promotion de l'ensemble des spectacles vivants et mettra la création en valeur sur ses antennes. Le groupe intensifiera ses liens avec les manifestations collectives du monde du théâtre et de la musique (cérémonie des Molières, Victoires de la musique, promotion des grands festivals nationaux). France Télévisions apportera son soutien à l'action de décentralisation par l'utilisation des stations régionales de France 3 et accentuera l'information sur les nouveaux spectacles (théâtre, musique, opéra, danse). Signataire, en septembre 2001, d'un contrat pluriannuel de captation de spectacles lyriques et chorégraphiques avec l'Opéra de Paris, le groupe France Télévisions coproduira six spectacles par saison durant trois saisons théâtrales (2001-2004). Au-delà des obligations relevant des cahiers des charges des chaînes, France Télévisions diffusera chaque année **au moins 35** spectacles vivants sur ses antennes et s'efforcera d'en programmer un nombre croissant avant 23 heures. »

### L'avenant au Contrat d'Objectifs et de Moyens de France Télévisions (en cours)

La musique serait présente dans les 3 nouveaux indicateurs culturels (l'agrégat financier, l'indicateur de diffusion de programmes culturels, l'indicateur de séquences culturelles dans les éditions d'information) ainsi que dans l'indicateur 1.4 (qui ne concernait initialement que le spectacle vivant et serait élargi)

Celui-ci pourrait être rédigé comme suit : « En complément de la programmation musicale de première partie de soirée, les antennes de France Télévisions poursuivront leur politique de diffusion d'émissions portant sur les différents genres musicaux afin de mettre en valeur la



diversité musicale dans toutes ses composantes (musiques classiques, de jazz, « musiques du monde ») et d'assurer la promotion des nouveaux talents en leur permettant d'interpréter leur propre répertoire. »

## Audience des émissions musicales de France 2 et France 3 en novembre 2003

Jour	Date	Chaîne	Heure début (h:mn)	Durée (h:mn)	Programme	aud. 1 point = 533 200 téléspectateurs	PDA%
Sa	01/11/03	F2	12:10	0:01	MAGAZ.CD AUJOURD HUI\LA SEMAINE PROCHAINE	1,4	7,7
Sa	01/11/03	F2	17:51	0:01	MAGAZ.CD AUJOURD HUI\LA SEMAINE PROCHAINE	1,8	8,7
Sa	01/11/03	F2	23:14	0:01	MAGAZ.CD AUJOURD HUI\LA SEMAINE PROCHAINE	3,7	11,9
Lu	03/11/03	F2	09:33	0:02	MAGAZ.CD AUJOURD HUI\SERGE LAMA	1,1	31,4
Lu	03/11/03	F2	12:12	0:02	MAGAZ.CD AUJOURD HUI\SERGE LAMA	2,3	15,5
Lu	03/11/03	F2	18:48	0:02	MAGAZ.CD AUJOURD HUI\SERGE LAMA	2,4	8,3
Lu	03/11/03	F2	26:01	0:02	MAGAZ.CD AUJOURD HUI\SERGE LAMA	0,2	13,3
Lu	03/11/03	F2	26:03	0:56	MAGAZ.MUSIQUES AU COEUR	0,1	7,7
Ma	04/11/03	F2	03:00	0:19	MAGAZ.MUSIQUES AU COEUR(SUITE 3H)	0,0	0,0
Ma	04/11/03	F2	09:27	0:01	MAGAZ.CD AUJOURD HUI\LYNDA LEMAY	1,1	31,4
Ma	04/11/03	F2	12:11	0:01	MAGAZ.CD AUJOURD HUI\LYNDA LEMAY	2,0	14,4
Ma	04/11/03	F2	18:46	0:01	MAGAZ.CD AUJOURD HUI\LYNDA LEMAY	2,3	8,3
Ma	04/11/03	F2	24:48	0:01	MAGAZ.CD AUJOURD HUI\LYNDA LEMAY	0,5	13,2
Me	05/11/03	F2	09:26	0:01	MAGAZ.CD AUJOURD HUI\ETIENNE DAHO	0,9	15,3
Me	05/11/03	F2	12:12	0:01	MAGAZ.CD AUJOURD HUI\ETIENNE DAHO	1,9	12,7
Me	05/11/03	F2	17:33	0:30	MAGAZ.TOP OF THE POPS	1,8	12,2
Me	05/11/03	F2	18:44	0:01	MAGAZ.CD AUJOURD HUI\ETIENNE DAHO	2,0	7,3
Me	05/11/03	F2	25:25	0:01	MAGAZ.CD AUJOURD HUI\ETIENNE DAHO	0,4	17,4
Je	06/11/03	F2	09:30	0:01	MAGAZ.CD AUJOURD HUI\JULIETTE GRECO	0,9	25,0
Je	06/11/03	F2	12:10	0:01	MAGAZ.CD AUJOURD HUI\JULIETTE GRECO	2,1	16,4
Je	06/11/03	F2	18:49	0:01	MAGAZ.CD AUJOURD HUI\JULIETTE GRECO	2,7	9,6
Je	06/11/03	F2	25:10	0:01	MAGAZ.CD AUJOURD HUI\JULIETTE GRECO	0,5	16,7
Ve	07/11/03	F2	09:29	0:01	MAGAZ.CD AUJOURD HUI\ENRICO MACIAS	1,1	##
Ve	07/11/03	F2	12:08	0:01	MAGAZ.CD AUJOURD HUI\ENRICO MACIAS	1,9	16,5
Ve	07/11/03	F2	18:46	0:01	MAGAZ.CD AUJOURD HUI\ENRICO MACIAS	2,3	8,3
Ve	07/11/03	F2	24:29	0:01	MAGAZ.CD AUJOURD HUI\ENRICO MACIAS	0,4	4,0
Sa	08/11/03	F2	11:38	0:02	MAGAZ.CD AUJOURD HUI\LA SEMAINE PROCHAINE	1,5	11,6
Sa	08/11/03	F2	16:13	0:02	MAGAZ.CD AUJOURD HUI\LA SEMAINE PROCHAINE	1,1	8,1
Sa	08/11/03	F2	23:19	0:02	MAGAZ.CD AUJOURD HUI\LA SEMAINE PROCHAINE	3,0	11,2
Sa	08/11/03	F2	26:41	0:18	MAGAZ.TOP OF THE POPS	0,5	25,0
Di	09/11/03	F2	03:00	0:11	MAGAZ.TOP OF THE POPS(SUITE 3H)	0,3	18,7
Di	09/11/03	F2	03:11	1:16	SPECT.BJORK LIVE IN SHEPHERDS BUSH 1997	0,2	16,7
Lu	10/11/03	F2	09:26	0:01	MAGAZ.CD AUJOURD HUI\NATASHA ST PIER	1,3	##
Lu	10/11/03	F2	12:10	0:01	MAGAZ.CD AUJOURD HUI\NATASHA ST PIER	2,2	14,5
Lu	10/11/03	F2	18:55	0:01	MAGAZ.CD AUJOURD HUI\NATASHA ST PIER	3,3	10,9
Lu	10/11/03	F2	25:14	0:01	MAGAZ.CD AUJOURD HUI\NATASHA ST PIER	0,7	12,3
Lu	10/11/03	F2	25:16	1:06	MAGAZ.MUSIQUES AU COEUR	0,3	8,8
Lu	10/11/03	F2	26:23	0:25	DOCUM.L ACADEMIE D ATHALIA	0,1	6,7
Lu	10/11/03	F2	26:49	0:10	DOCUM.BOUCHES QUI N ONT POINT DE SEMBLABLES\ENSEMBLE CLEMENT	0,1	7,7
Ma	11/11/03	F2	03:00	0:15	DOCUM.BOUCHES QUI N ONT POINT DE SEMBLABLES\ENSEMBLE CLEMENT	0,1	7,7
Ma	11/11/03	F2	09:26	0:01	MAGAZ.CD AUJOURD HUI\TETE	1,1	12,9
Ma	11/11/03	F2	12:11	0:01	MAGAZ.CD AUJOURD HUI\TETE	1,8	9,8
Ma	11/11/03	F2	18:56	0:01	MAGAZ.CD AUJOURD HUI\TETE	3,7	10,5
Ma	11/11/03	F2	25:35	0:01	MAGAZ.CD AUJOURD HUI\TETE	0,2	8,7
Me	12/11/03	F2	09:23	0:01	MAGAZ.CD AUJOURD HUI\ALDEBERT	0,9	15,3
Me	12/11/03	F2	12:11	0:01	MAGAZ.CD AUJOURD HUI\ALDEBERT	1,7	10,9
Me	12/11/03	F2	17:20	0:31	MAGAZ.TOP OF THE POPS	1,4	8,9
Me	12/11/03	F2	18:44	0:01	MAGAZ.CD AUJOURD HUI\ALDEBERT	2,1	7,2
Me	12/11/03	F2	25:17	0:01	MAGAZ.CD AUJOURD HUI\ALDEBERT	0,6	17,6
Je	13/11/03	F2	09:31	0:01	MAGAZ.CD AUJOURD HUI\HASA	0,9	25,0
Je	13/11/03	F2	12:10	0:01	MAGAZ.CD AUJOURD HUI\HASA	2,0	14,7

Je	13/11/03	F2	18:49	0:01	MAGAZ.CD AUJOURD HUILHASA	2,3	7,9
Je	13/11/03	F2	25:18	0:01	MAGAZ.CD AUJOURD HUILHASA	0,2	5,6
Ve	14/11/03	F2	09:26	0:01	MAGAZ.CD AUJOURD HUI'SYLVAIN LUC	1,3	##
Ve	14/11/03	F2	12:06	0:01	MAGAZ.CD AUJOURD HUI'SYLVAIN LUC	2,1	17,1
Ve	14/11/03	F2	18:50	0:01	MAGAZ.CD AUJOURD HUI'SYLVAIN LUC	3,1	10,3
Ve	14/11/03	F2	24:29	0:01	MAGAZ.CD AUJOURD HUI'SYLVAIN LUC	0,4	4,0
Sa	15/11/03	F2	12:12	0:02	MAGAZ.CD AUJOURD HUI'LA SEMAINE PROCHAINE	3,0	16,6
Sa	15/11/03	F2	14:57	0:02	MAGAZ.CD AUJOURD HUI'LA SEMAINE PROCHAINE	2,1	10,9
Sa	15/11/03	F2	26:39	0:20	MAGAZ.TOP OF THE POPS	0,6	27,3
Di	16/11/03	F2	03:00	0:10	MAGAZ.TOP OF THE POPS(SUITE 3H)	0,4	25,0
Lu	17/11/03	F2	09:30	0:02	MAGAZ.CD AUJOURD HUI'RENAUD	1,2	##
Lu	17/11/03	F2	12:11	0:02	MAGAZ.CD AUJOURD HUI'RENAUD	2,2	14,6
Lu	17/11/03	F2	18:49	0:02	MAGAZ.CD AUJOURD HUI'RENAUD	2,9	9,7
Lu	17/11/03	F2	25:55	0:02	MAGAZ.CD AUJOURD HUI'RENAUD	0,3	15,0
Lu	17/11/03	F2	25:58	1:01	MAGAZ.MUSIQUES AU COEUR	0,1	7,1
Ma	18/11/03	F2	03:00	0:07	MAGAZ.MUSIQUES AU COEUR(SUITE 3H)	0,1	12,5
Ma	18/11/03	F2	03:07	0:25	DOCUM.LES VICTOIRES DE LA MUSIQUE CLASSIQUE 20\KARINE DESHAY	0,1	14,3
Ma	18/11/03	F2	09:34	0:01	MAGAZ.CD AUJOURD HUI'ZEBDA	1,1	##
Ma	18/11/03	F2	12:10	0:01	MAGAZ.CD AUJOURD HUI'ZEBDA	1,9	13,3
Ma	18/11/03	F2	18:47	0:01	MAGAZ.CD AUJOURD HUI'ZEBDA	2,5	8,7
Ma	18/11/03	F2	25:07	0:01	MAGAZ.CD AUJOURD HUI'ZEBDA	0,3	6,1
Me	19/11/03	F2	09:23	0:02	MAGAZ.CD AUJOURD HUI'DIONYSOS	1,0	15,2
Me	19/11/03	F2	12:11	0:02	MAGAZ.CD AUJOURD HUI'DIONYSOS	1,6	10,7
Me	19/11/03	F2	17:21	0:31	MAGAZ.TOP OF THE POPS	1,2	7,5
Me	19/11/03	F2	18:45	0:01	MAGAZ.CD AUJOURD HUI'DIONYSOS	2,4	8,2
Me	19/11/03	F2	25:26	0:01	MAGAZ.CD AUJOURD HUI'DIONYSOS	0,4	21,1
Je	20/11/03	F2	09:28	0:02	MAGAZ.CD AUJOURD HUI'PATRICK SEBASTIEN	1,3	##
Je	20/11/03	F2	12:13	0:02	MAGAZ.CD AUJOURD HUI'PATRICK SEBASTIEN	2,0	13,8
Je	20/11/03	F2	18:49	0:02	MAGAZ.CD AUJOURD HUI'PATRICK SEBASTIEN	2,8	9,7
Je	20/11/03	F2	23:25	2:06	MAGAZ.TRAFIC.MUSIQUE	0,8	9,9
Je	20/11/03	F2	25:46	0:02	MAGAZ.CD AUJOURD HUI'PATRICK SEBASTIEN	0,3	15,0
Ve	21/11/03	F2	09:28	0:02	MAGAZ.CD AUJOURD HUI'ROBERT CHARLEBOIS	1,0	25,6
Ve	21/11/03	F2	12:07	0:02	MAGAZ.CD AUJOURD HUI'ROBERT CHARLEBOIS	2,1	15,3
Ve	21/11/03	F2	18:48	0:02	MAGAZ.CD AUJOURD HUI'ROBERT CHARLEBOIS	3,1	10,3
Ve	21/11/03	F2	24:11	0:02	MAGAZ.CD AUJOURD HUI'ROBERT CHARLEBOIS	0,8	7,0
Sa	22/11/03	F2	09:22	0:02	MAGAZ.CD AUJOURD HUI'LA SEMAINE PROCHAINE	1,3	16,7
Sa	22/11/03	F2	17:49	0:02	MAGAZ.CD AUJOURD HUI'LA SEMAINE PROCHAINE	1,0	5,0
Sa	22/11/03	F2	23:17	0:02	MAGAZ.CD AUJOURD HUI'LA SEMAINE PROCHAINE	2,5	9,1
Di	23/11/03	F2	04:20	0:31	MAGAZ.TOP OF THE POPS	0,0	0,0
Lu	24/11/03	F2	09:36	0:02	MAGAZ.CD AUJOURD HUI'GAROU	1,2	27,9
Lu	24/11/03	F2	12:12	0:01	MAGAZ.CD AUJOURD HUI'GAROU	2,6	15,0
Lu	24/11/03	F2	18:48	0:01	MAGAZ.CD AUJOURD HUI'GAROU	2,3	7,5
Lu	24/11/03	F2	25:04	0:01	MAGAZ.CD AUJOURD HUI'GAROU	0,3	7,3
Lu	24/11/03	F2	25:06	1:53	MAGAZ.MUSIQUES AU COEUR	0,1	5,0
Ma	25/11/03	F2	03:00	0:28	MAGAZ.MUSIQUES AU COEUR(SUITE 3H)	0,0	0,0
Ma	25/11/03	F2	03:28	0:27	DOCUM.LES VICTOIRES DE LA MUSIQUE CLASSIQUE 20\KATARINA JOVA	0,1	12,5
Ma	25/11/03	F2	09:36	0:01	MAGAZ.CD AUJOURD HUI'FREDERIC LERNER	1,1	##
Ma	25/11/03	F2	12:12	0:01	MAGAZ.CD AUJOURD HUI'FREDERIC LERNER	2,1	13,8
Ma	25/11/03	F2	18:50	0:01	MAGAZ.CD AUJOURD HUI'FREDERIC LERNER	3,1	10,7
Ma	25/11/03	F2	25:38	0:01	MAGAZ.CD AUJOURD HUI'FREDERIC LERNER	0,3	13,0
Me	26/11/03	F2	09:30	0:01	MAGAZ.CD AUJOURD HUI'M	1,0	14,5
Me	26/11/03	F2	12:11	0:01	MAGAZ.CD AUJOURD HUI'M	2,2	13,8
Me	26/11/03	F2	17:17	0:32	MAGAZ.TOP OF THE POPS	1,7	10,8
Me	26/11/03	F2	18:44	0:01	MAGAZ.CD AUJOURD HUI'M	2,9	10,2
Me	26/11/03	F2	25:24	0:01	MAGAZ.CD AUJOURD HUI'M	0,6	##
Je	27/11/03	F2	09:29	0:02	MAGAZ.CD AUJOURD HUI'NDIDIER LOCKWOOD	1,1	25,6
Je	27/11/03	F2	12:09	0:02	MAGAZ.CD AUJOURD HUI'NDIDIER LOCKWOOD	1,9	13,6
Je	27/11/03	F2	18:50	0:02	MAGAZ.CD AUJOURD HUI'NDIDIER LOCKWOOD	3,1	10,7

Je	27/11/03	F2	25:09	0:02	MAGAZ.CD AUJOURD HUI\NDIER LOCKWOOD	0,3	6,5
Ve	28/11/03	F2	09:27	0:02	MAGAZ.CD AUJOURD HUI\NGEORGES MOUSTAKI	0,8	21,1
Ve	28/11/03	F2	12:07	0:02	MAGAZ.CD AUJOURD HUI\NGEORGES MOUSTAKI	1,7	13,8
Ve	28/11/03	F2	18:47	0:02	MAGAZ.CD AUJOURD HUI\NGEORGES MOUSTAKI	2,4	8,8
Ve	28/11/03	F2	24:03	0:02	MAGAZ.CD AUJOURD HUI\NGEORGES MOUSTAKI	0,6	5,5
Sa	29/11/03	F2	11:32	0:02	MAGAZ.CD AUJOURD HUI\CHARLES AZNAVOUR	1,2	12,5
Sa	29/11/03	F2	17:55	0:02	MAGAZ.CD AUJOURD HUI\LA SEMAINE PROCHAINE	2,2	10,0
Sa	29/11/03	F2	23:21	0:02	MAGAZ.CD AUJOURD HUI\LA SEMAINE PROCHAINE	2,5	8,9
Sa	29/11/03	F2	26:38	0:21	MAGAZ.TOP OF THE POPS	0,4	##
Di	30/11/03	F2	03:00	0:11	MAGAZ.TOP OF THE POPS(SUITE 3H)	0,3	18,7
Di	30/11/03	F2	03:11	0:51	SPECT.VINCENT DELERM AU BATACLAN	0,1	8,3
Sa	01/11/03	F3	25:10	0:52	CONC.LA BASE PERFORMANCES CLASSIQUESLE QUATUOR PARISI I AVEC	0,1	1,8
Sa	01/11/03	F3	24:56	0:14	MAGAZ.ARRET SPECTACLES\I AM - M. POUPAUD - S. HAZANAVICIUS -	0,2	2,1
Sa	01/11/03	F3	05:29	0:25	MAGAZ.J AI PAS SOMMEIL	0,1	14,3
Sa	01/11/03	F3	03:00	0:18	MAGAZ.TOUTE LA MUSIQUE QU ILS AIMENT\IRENE JACOB (SUITE 3H)	0,2	13,3
Di	02/11/03	F3	05:49	0:10	CONC.FRANZ SCHUBERT IMPROMPTU OPUS 90 EN DO M\PAUL BADURA-SK	0,1	11,1
Di	02/11/03	F3	05:41	0:07	CONC.ROBERT SCHUMANN QUINTETTE EN MI BEMOL MA\ENSEMBLE SYNTO	0,1	12,5
Di	02/11/03	F3	05:31	0:10	MAGAZ.LES MATINALES\PARISIAN THOROUGHFARE DE BUD POWELL	0,1	12,5
Lu	03/11/03	F3	20:56	2:08	DOCUM.JULIEN EN CLERC	5,8	14,1
Lu	03/11/03	F3	05:49	0:09	MAGAZ.LES MATINALES\ELIAS PARISH-ALVARS	0,0	0,0
Ma	04/11/03	F3	25:42	1:17	DOCUM.JULIEN EN CLERC	0,1	7,7
Ma	04/11/03	F3	05:49	0:09	MAGAZ.LES MATINALES\GERMAINE TAILLEFERRE SONATE	0,1	10,0
Me	05/11/03	F3	05:52	0:07	CONC.JAN-LADISLAV DUSSEK SONATE EN DO MINEUR\ISABELLE MORETT	0,1	10,0
Me	05/11/03	F3	05:41	0:10	CONC.PAUL HINDEMITH SONATE\ISABELLE MORETTI HARPE	0,1	11,1
Me	05/11/03	F3	03:00	0:50	DOCUM.JULIEN EN CLERC\ (SUITE 3H)	0,2	25,0
Me	05/11/03	F3	05:31	0:10	MAGAZ.LES MATINALES\PARISIAN THOROUGHFARE DE BUD POWELL	0,1	11,1
Je	06/11/03	F3	05:32	0:06	CONC.C. DEBUSSY L ISLE JOYEUSE\LAURE FAVRE-KAHN PIANO	0,0	0,0
Je	06/11/03	F3	05:38	0:10	CONC.FRANZ SCHUBERT IMPROMPTU OPUS 90 EN DO M\PAUL BADURA-SK	0,0	0,0
Je	06/11/03	F3	05:26	0:05	CONC.NICCOLO PAGANINI CAPRICE N 9\TEDI PAPA\RAMI VIOLON	0,0	0,0
Je	06/11/03	F3	05:48	0:10	CONC.QUINTETTE AVEC PIANO EN FA MINEUR 2EME M	0,0	0,0
Je	06/11/03	F3	05:14	0:11	MAGAZ.LES MATINALES\GARY HOFFMAN MARC COPPEY VIOLONCELLE...	0,0	0,0
Ve	07/11/03	F3	05:39	0:19	CONC.ELIAS PARISH-ALVARS INTRODUCTION ET VAR\ISABELLE MORET	0,0	0,0
Ve	07/11/03	F3	05:28	0:10	MAGAZ.LES MATINALES\QUINTETTE AVEC PIANO EN FA MINEUR...	0,0	0,0
Ve	07/11/03	F3	26:41	0:18	MAGAZ.TOUTE LA MUSIQUE QU ILS AIMENT\CHRISTOPHE MALAVOY	0,2	12,5
Sa	08/11/03	F3	25:28	0:52	CONC.LA BASE PERFORMANCES CLASSIQUESLE QUATUOR HABANERA	0,2	4,7
Sa	08/11/03	F3	25:15	0:13	MAGAZ.ARRET SPECTACLES\A.ELMALEY-O.BONAMY-C.DEVERS-S.RAMAN..	0,2	2,9
Sa	08/11/03	F3	05:50	0:09	MAGAZ.LES MATINALES\ROBERT SCHUMANN QUINTETTE EN MI BEMOL...	0,0	0,0
Sa	08/11/03	F3	03:00	0:32	MAGAZ.TOUTE LA MUSIQUE QU ILS AIMENT\CHRISTOPHE MALAVOY (SUI	0,2	14,3
Di	09/11/03	F3	05:42	0:10	CONC.FRANZ SCHUBERT IMPROMPTU OPUS 90 EN DO M\PAUL BADURA-SK	0,0	0,0
Di	09/11/03	F3	05:52	0:07	CONC.JAN-LADISLAV DUSSEK SONATE EN DO MINEUR\ISABELLE MORETT	0,0	0,0
Di	09/11/03	F3	05:30	0:11	MAGAZ.LES MATINALES\GARY HOFFMAN MARC COPPEY VIOLONCELLE...	0,0	0,0
Lu	10/11/03	F3	05:51	0:07	MAGAZ.LES MATINALES\ROBERT SCHUMANN QUINTETTE EN MI BEMOL...	0,1	10,0
Me	12/11/03	F3	05:36	0:07	CONC.FRANZ SCHUBERT IMPROMPTU OPUS 90 EN DO M\PAUL BADURA-SK	0,0	0,0

Me	12/11/03	F3	05:52	0:06	CONC.PIOTR ILYITCH TCHAIKOVSKI PEZZO CAPRICCIPOUR VIOLONCEL	0,0	0,0
Me	12/11/03	F3	05:43	0:08	CONC.ROBERT SCHUMANN QUINTETTE EN MI BEMOL MAIENSEMBLE SYNTO	0,0	0,0
Me	12/11/03	F3	05:30	0:05	MAGAZ.LES MATINALESNICCOLO PAGANINI CAPRICE N9	0,0	0,0
Je	13/11/03	F3	05:27	0:04	CONC.CONCRETO - BERNARD PARMEGIANI L'ENFER DE LA DIVINE COME	0,1	11,1
Je	13/11/03	F3	05:51	0:08	CONC.GABRIEL FAURE IMPROMPTU OP.86 ISABELLE MORETTI HARPE	0,1	10,0
Je	13/11/03	F3	05:32	0:10	CONC.PARISIAN THOROUGHFARE DE BUD POWELLJACKY TERRASSON PIA	0,1	11,1
Je	13/11/03	F3	05:42	0:08	CONC.ROBERT SCHUMANN QUINTETTE EN MI BEMOL MAIENSEMBLE SYNTO	0,1	11,1
Je	13/11/03	F3	05:25	0:02	MAGAZ.LES MATINALESCONCRETO CHRISTIAN ZANESI VU PAR...	0,1	11,1
Ve	14/11/03	F3	05:28	0:01	CONC.CONCRETO - DENIS DUFOUR BOCALISES 1977	0,0	0,0
Ve	14/11/03	F3	05:55	0:04	CONC.CONCRETO - FRANCOIS BAYLE L'EXPERIENCE ACOUSTIQUE 1970-	0,1	10,0
Ve	14/11/03	F3	05:27	0:01	CONC.CONCRETO - IVO MALEC REFLETS 1961	0,0	0,0
Ve	14/11/03	F3	05:45	0:09	CONC.GERMAINE TAILLEFERRE SONATE ISABELLE MORETTI HARPE	0,0	0,0
Ve	14/11/03	F3	05:40	0:05	CONC.NICCOLO PAGANINI CAPRICE N 9 TEDI PAPA VRAMI VIOLON	0,0	0,0
Ve	14/11/03	F3	05:29	0:10	CONC.PARISIAN THOROUGHFARE DE BUD POWELLJACKY TERRASSON PIA	0,0	0,0
Ve	14/11/03	F3	05:25	0:01	MAGAZ.LES MATINALESCONCRETO GUY REIBEL...	0,0	0,0
Ve	14/11/03	F3	26:35	0:24	MAGAZ.OMBRE ET LUMIERE PIERRE PERRET	0,3	16,7
Sa	15/11/03	F3	05:46	0:01	CONC.CONCRETO - DENIS DUFOUR BOCALISES 1977	0,0	0,0
Sa	15/11/03	F3	05:47	0:04	CONC.CONCRETO - FRANCOIS BAYLE L'EXPERIENCE ACOUSTIQUE 1970-	0,0	0,0
Sa	15/11/03	F3	05:43	0:01	CONC.CONCRETO - GUY REIBEL VARIATION EN ETOILE 1967	0,0	0,0
Sa	15/11/03	F3	05:45	0:01	CONC.CONCRETO - IVO MALEC REFLETS 1961	0,0	0,0
Sa	15/11/03	F3	05:51	0:07	CONC.ROBERT SCHUMANN QUINTETTE EN MI BEMOL MAIENSEMBLE SYNTO	0,0	0,0
Sa	15/11/03	F3	05:41	0:02	MAGAZ.LES MATINALESCONCRETO - FRANCOIS DONATO	0,1	16,7
Sa	15/11/03	F3	03:00	0:02	MAGAZ.OMBRE ET LUMIERE PIERRE PERRET (SUITE 3H)	0,3	18,7
Sa	15/11/03	F3	03:04	1:01	MAGAZ.TOUTE LA MUSIQUE QU ILS AIMENT HELENE GRIMAUD - QUINTE	0,2	16,7
Di	16/11/03	F3	05:57	0:01	MAGAZ.LES MATINALES ETUDE N1 - PRELUDE PRESTO FRANZ LISZT	0,2	25,0
Lu	17/11/03	F3	05:50	0:09	CONC.ELIAS PARISH-ALVARS INTRODUCTION ET VARI ISABELLE MORET	0,1	9,1
Lu	17/11/03	F3	05:34	0:07	CONC.ETUDE N 4 - MAZZEPA PRESTO FRANZ LISZT NELSON GOERNER P	0,1	10,0
Lu	17/11/03	F3	05:41	0:08	CONC.GABRIEL FAURE IMPROMPTU OP.86 ISABELLE MORETTI HARPE	0,1	10,0
Lu	17/11/03	F3	05:28	0:05	MAGAZ.LES MATINALESNICCOLO PAGANINI CAPRICE N9	0,0	0,0
Lu	17/11/03	F3	25:35	0:26	MAGAZ.OMBRE ET LUMIERE ELIANE FOLY	0,2	8,7
Me	19/11/03	F3	05:56	0:03	CONC.CONCRETO - LUC FERRARI HETEROZYGOTE 1964	0,0	0,0
Me	19/11/03	F3	05:49	0:06	CONC.PIOTR ILYITCH TCHAIKOVSKI PEZZO CAPRICCIPOUR VIOLONCEL	0,0	0,0
Me	19/11/03	F3	05:43	0:05	MAGAZ.LES MATINALESNICCOLO PAGANINI CAPRICE N9	0,0	0,0
Je	20/11/03	F3	05:55	0:02	CONC.CONCRETO - CHRISTIAN ZANESI GRAND BRUIT 1991	0,0	0,0
Je	20/11/03	F3	05:57	0:01	CONC.CONCRETO - FRANCOIS DONATO ANNAM 1993	0,1	11,1
Je	20/11/03	F3	05:53	0:01	CONC.CONCRETO - MICHEL CHION REQUIEM 1973	0,1	11,1
Je	20/11/03	F3	05:47	0:06	MAGAZ.LES MATINALES C DEBUSSY L ISLE JOYEUSE	0,1	12,5
Ve	21/11/03	F3	05:57	0:01	CONC.CONCRETO - PIERRE SCHAEFFER ETUDE AUX OBJETS 1959	0,1	10,0
Ve	21/11/03	F3	05:51	0:06	CONC.PIOTR ILYITCH TCHAIKOVSKI PEZZO CAPRICCI VIOLONCELLES E	0,0	0,0
Ve	21/11/03	F3	05:42	0:08	CONC.ROBERT SCHUMANN QUINTETTE EN MI BEMOL MAIENSEMBLE SYNTO	0,1	11,1
Ve	21/11/03	F3	05:31	0:10	MAGAZ.LES MATINALES PARISIAN THOROUGHFARE DE BUD POWELL	0,1	11,1
Ve	21/11/03	F3	26:29	0:30	MAGAZ.TOUTE LA MUSIQUE QU ILS AIMENT VEVE RUGGEIRI LA VALSE M	0,2	11,1

Sa	22/11/03	F3	25:18	0:52	DOCUM.HAVANA SONG\NOTES DE VOYAGE EN MUSIQUES CUBAINES	0,2	4,1
Sa	22/11/03	F3	25:05	0:13	MAGAZ.ARRET SPECTACLES\S. STEVENIN - P. PETIBON - CARTOUCHE	0,2	2,5
Sa	22/11/03	F3	03:00	0:23	MAGAZ.TOUTE LA MUSIQUE QU ILS AIMENT\VEVE RUGGERI LA VALSE M	0,1	6,7
Di	23/11/03	F3	05:42	0:08	CONC.GABRIEL FAURE IMPROMPTU OP.86\ISABELLE MORETTI HARPE	0,1	11,1
Di	23/11/03	F3	05:50	0:08	CONC.ROBERT SCHUMANN QUINTETTE EN MI BEMOL MA\ENSEMBLE SYNTO	0,1	11,1
Di	23/11/03	F3	05:35	0:07	MAGAZ.LES MATINALES\PIOTR ILYITCH TCHAIKOVSKI PEZZO...	0,1	11,1
Lu	24/11/03	F3	05:50	0:09	CONC.ELIAS PARISH-ALVARS INTRODUCTION ET VARIN\ISABELLE MORET	0,0	0,0
Lu	24/11/03	F3	05:42	0:07	CONC.ROBERT SCHUMANN QUINTETTE EN MI BEMOL MA\ENSEMBLE SYNTO	0,0	0,0
Lu	24/11/03	F3	05:35	0:07	MAGAZ.LES MATINALES\FRANZ SCHUBERT IMPROMPTU OPUS 90 EN DO M	0,0	0,0
Lu	24/11/03	F3	26:31	0:28	MAGAZ.OMBRE ET LUMIERE\CARLA BRUNI	0,1	7,7
Ma	25/11/03	F3	05:51	0:08	CONC.GABRIEL FAURE IMPROMPTU OP.86\ISABELLE MORETTI HARPE	0,1	11,1
Ma	25/11/03	F3	05:46	0:04	MAGAZ.LES MATINALES\ETUDE N7 - EROICA ALLEGRO FRANZ LISZT	0,1	12,5
Ma	25/11/03	F3	03:00	0:00	MAGAZ.OMBRE ET LUMIERE\CARLA BRUNI (SUITE 3H)	0,1	9,1
Me	26/11/03	F3	05:50	0:01	CONC.CONCRETO - MICHEL CHION\REQUIEM 1973	0,0	0,0
Me	26/11/03	F3	05:52	0:06	CONC.PIOTR ILYITCH TCHAIKOVSKI PEZZO CAPRICCI\POUR VIOLONCEL	0,0	0,0
Me	26/11/03	F3	05:49	0:01	MAGAZ.LES MATINALES\CONCRETO PIERRE SCHAEFFER...	0,0	0,0
Je	27/11/03	F3	05:26	0:25	CONC.FESTIVAL PABLO CASALS DE PRADES\50EME EDITION	0,1	12,5
Je	27/11/03	F3	05:52	0:07	CONC.FRANZ SCHUBERT IMPROMPTU OPUS 90 EN DO M\PAUL BADURA-SK	0,1	11,1
Je	27/11/03	F3	05:14	0:12	MAGAZ.LES MATINALES	0,1	12,5
Je	27/11/03	F3	25:16	0:26	MAGAZ.OMBRE ET LUMIERE\ENRICO MACIAS	0,3	11,5
Ve	28/11/03	F3	05:32	0:09	CONC.ELIAS PARISH-ALVARS INTRODUCTION ET VARIN\ISABELLE MORET	0,1	11,1
Ve	28/11/03	F3	05:52	0:07	CONC.JAN-LADISLAV DUSSEK SONATE EN DO MINEUR\ISABELLE MORETT	0,1	11,1
Ve	28/11/03	F3	05:41	0:10	CONC.PAUL HINDEMITH SONATE\ISABELLE MORETTI HARPE	0,1	11,1
Ve	28/11/03	F3	05:25	0:07	CONC.ROBERT SCHUMANN QUINTETTE EN MI BEMOL MA\ENSEMBLE SYNTO	0,1	11,1
Ve	28/11/03	F3	05:18	0:07	MAGAZ.LES MATINALES\FRANZ SCHUBERT IMPROMPTU OPUS 90 EN DO M	0,1	11,1
Ve	28/11/03	F3	25:44	0:50	MAGAZ.TOUTE LA MUSIQUE QU ILS AIMENT\NATALIE DESSAY - L ENLE	0,2	10,0
Sa	29/11/03	F3	05:45	0:09	CONC.ELIAS PARISH-ALVARS INTRODUCTION ET VARIN\ISABELLE MORET	0,0	0,0
Sa	29/11/03	F3	05:54	0:04	CONC.ETUDE N 3 - PAYSAGE POCO ADAGIO FRANZ LINELSON GOERNER	0,0	0,0
Sa	29/11/03	F3	05:34	0:10	CONC.QUINTETTE AVEC PIANO EN FA MINEUR 2EME M\ENSEMBLE SYNTO	0,1	16,7
Sa	29/11/03	F3	05:27	0:07	CONC.ROBERT SCHUMANN QUINTETTE EN MI BEMOL MA\ENSEMBLE SYNTO	0,1	##
Sa	29/11/03	F3	25:04	0:14	MAGAZ.ARRET SPECTACLES\S. MERHAR - P. CAUBERE - A. RED	0,2	2,4
Sa	29/11/03	F3	05:19	0:07	MAGAZ.LES MATINALES\FRANZ SCHUBERT IMPROMPTU OPUS 90 EN DO M	0,1	##
Sa	29/11/03	F3	25:18	0:52	SPECT.YANN TIERSEN C ETAIT ICI...UN SOIR D ETE	0,1	1,9
Di	30/11/03	F3	05:37	0:10	CONC.FRANZ SCHUBERT IMPROMPTU OPUS 90 EN DO M\PAUL BADURA-SK	0,1	14,3
Di	30/11/03	F3	05:47	0:11	CONC.GARY HOFFMAN MARC COPPEY VIOLONCELLE ORC\CONCERTO POUR	0,1	12,5
Di	30/11/03	F3	05:19	0:17	MAGAZ.LES MATINALES\JANE LADISLAV DUSSEK SONATE EN DO MINEUR	0,1	14,3

**DIRECTION DES OPÉRATIONS SPÉCIALES  
ET PARTENARIATS ANTENNE**

**DIRECTION DES VARIÉTÉS ET  
DIVERTISSEMENTS**

# LA PROGRAMMATION MUSICALE SUR TF1

Le présent document recense les programmes à caractère musical diffusé sur l'Antenne de TF1 entre le 1<sup>er</sup>/09/2002 et le 29/02/2004

TF1 / Groupe de travail musique et télévision / mars 2004

Source chiffres indiqués: Données Mediamat / Mediamétrie

## PROGRAMMATION MUSICALE SUR TF1

- LES 1ères PARTIES DE SOIRÉE (PdS)
  - a) les 1ères PdS récurrentes
  - b) les émissions annuelles
  - c) Star Academy
  - d) les émissions spéciales
  
- LES 3èmes PARTIES DE SOIRÉE
  - a) Hits & Co
  - b) les concerts
  
- LES PROGRAMMES COURTS
  
- 4. LES CLIPS ANTENNE



# 1. LES 1ères PARTIES DE SOIRÉE

## a) LES 1ères PDS RÉCURRENTES

<b>TUBES D'UN JOUR, TUBES DE TOUJOURS (programmée en prime time)</b>				
<i>Présentation : Flavie Flament</i>				
Emission de variétés s'articulant autour d'une programmation musicale mêlant les nouveautés et les grands succès interprétés ou ré-interprétés				
DIFFUSION (périodicité)	THEMES	PdA. Ind.	PdA Ménagères	Nbre Ind. Emission
09.02.2002	40 dernières années	30,2	42,9	6 360 000
08.06.2002	Reprises	33,3	39,9	6 307 000
27.12.2002	Duos	36,9	45,8	7 473 000
08.02.2003	Danse	26,2	37	4 852 120
08.03.2003	Années 90	32	38,9	6 131 800
12.04.2003	Années 90	26,9	38,5	5 012 080
26.07.2003	Eté	28,1	40,5	4 372 240
16.08.2003	Best off : duos	32	40,3	4 585 520
10.01.2004	Les séductrices	27,4	36,5	5 705 240
31.01.2004	Les séducteurs	28,9	32,1	5 278 680
<b>MOYENNE</b>		<b>30,19</b>	<b>39,24</b>	<b>5 607 768</b>

<b>LES TUBES DE LEGENDE (programmée en prime time)</b>				
<i>Présentation : Jean Pierre Foucault</i>				
Classement des 30 tubes préférés des français basé sur un sondage effectué par l'institut Louis Harris en fonction d'une thématique définie pour chaque émission.				
Au fil de l'émission, on remonte le classement du numéro 30 au numéro 1, ce dernier étant le titre ayant obtenu le plus suffrages auprès des personnes sondées.				
En moyenne, 13 variétés par émissions et des magnetos traitant des courants musicaux, des artistes et de titres en rapport avec le thème de l'émission.				
DIFFUSION (périodicité)	THEMES	PdA. Ind.	PdA Ménagères	Nbre Ind. Emission
11.03.2003	Claude François, 25 tubes de légende	35,4	36,7	7 624 760
09.09.2003	Top 50, 50 tubes de légende	36,2	42,1	6 824 960
28.10.2003	Duos, 30 ans de tubes de légende	36,9	48	7 784 720
02.12.2003	Johnny, 30 tubes de légende	28,7	31,2	5 971 840
21.02.2004	Tubes de légende - les années 70	26,2	35	5 118 720
06.03.2004	30 tubes de légendes pour faire la fête	26,9	37,2	5 278 680
<b>MOYENNE</b>		<b>31,72</b>	<b>38,37</b>	<b>6 433 947</b>

# 1. LES 1ères PARTIES DE SOIRÉE

## a) LES 1ères PDS RÉCURRENTES

<b>STARS A DOMICILE</b> (programmée en prime time)				
<i>Présentation : Flavie Flament</i>				
Par l'intermédiaire d'un complice, ami de la famille ou autre, une surprise est montée afin de permettre à un(e) fan de rencontrer son artiste musical préféré. Ce dernier interprétera de ce fait, une ou plusieurs variétés au cours de la rencontre avec le fan soit dans le cadre du magneto soit en plateau.				
DIFFUSION (Périodicité)	INVITES	PdA. Ind.	PdA Ménagères	Nbre Ind. Emission
20.04.2002	M. Lavoine/Jenifer/F. François/Y. Noah/Jean-Pascal	35,4	45,9	6 890 000
15.06.2002	F. Pagny/Jessica/D. Charvet/H. Ségara(rediff.)/P. Bruel(rediff.)	35	42,8	5 459 000
25.10.2002	C. Dion/B. Crawford/N. St Pier/L. Voulzy/O. Winter	28,6	34,5	5 883 000
10.01.2003	Jenifer/S. Lama/Sheila/L5/Lorie	32,5	42	7 091 560
28.02.2003	Nolween/Houcine/S. Adamo/H. Segara/P. Fiori	32,8	36,9	6 878 280
02.08.2003	P. Kass(rediff.)/M. Torr/M. Lavoine/Priscilla/Nolween(rediff.)	26,1	30,4	3 625 760
23.08.2003	R. Martin/Jérémy/Alizée/S. Distel/L. Fabian(rediff.)	26,8	31,9	3 999 000
02.01.2004	Garou/Y. Noah/K. Minogue/Emma-Jessica/P. Perret	26,8	33,2	6 185 120
<b>MOYENNE EMISSIONS</b>		<b>31,8</b>	<b>39,3</b>	<b>5 751 465</b>

# 1. LES 1ères PARTIES DE SOIRÉE

## b) LES ÉMISSIONS ANNUELLES

DIFFUSION	Emission	PdA. Ind.	PdA Ménagères	Nbre Ind. Emission
<b>Eurobest</b> (prime time)				
<i>Présentation : Nikos Aliagas / Estelle Lefebure</i>				
En direct du palais des festivals de Cannes à l'occasion du MIP TV				
Soirée regroupant l'ensemble des gagnants européens du format "Star Academy" qui concourent pour le titre de représentant européen de meilleur chanteur. C'est un jury présent lors de la cérémonie qui élit le gagnant. Tom Jones, Maria Carey, Alizée ont participé à cette première édition. Prochaine édition le 30 mars 2004.				
25.03.2003		33,9	46,8	6 931 600
<b>Les disques d'or</b> (prime time)				
<i>Présentation : Flavie Flament / Fabrice Ferment</i>				
Cette émission en partenariat avec le SNEP, retrace les meilleures ventes de disques de l'année écoulée sur l'année présentant les interprètes et les titres qui ont été certifiés disques d'or, doubles disques d'or, disques de platine, double disques de platine, et enfin disques de diamant.				
27/12/2003		35,7	43,1	6 238 440
DIFFUSION	Emission	PdA. Ind.	PdA Ménagères	Nbre Ind. Emission
<b>Retour Gagnant</b>				
Emission qui permet de remettre sur le devant de la scène un chanteur ayant connu son heure de gloire mais qui, depuis, a délaissé ou a été délaissé par le public.				
23.05.2003		33	35,8	5 705 240
13.02.2004		27,5	27,5	5 332 000
MOYENNE EMISSIONS		30,1	31,4	5 545 280
21.06.2002	<b>20 ans de fête de la musique</b>	31,1	38,4	3 922 000
21.06.2003	<b>La Fête de la musique (Nice people)</b>	23,8	30,9	2 719 320

# 1. LES 1ères PARTIES DE SOIRÉE

## c) STAR ACADEMY

STAR ACADEMY - SAISON 2 (17 prime-time)				
<i>Présentation : Nikos Aliagas</i>				
<i>Grande soirée de variétés en direct, préparée toute la semaine par les élèves, accompagnés d'artistes de tous horizons qui se joignent à la troupe.</i>				
<i>Chaque année un vainqueur est issu de ce programme</i>				
DIFFUSION (périodicité)	THEMES	PdA. Ind.	PdA Ménagères	Nbre Ind. Emission
<b>Aout</b>				
31-août-02	<i>1ère Arrivée au Château</i>	36,5	43,3	6 519 000
<b>Septembre</b>				
07-sept-02	David Hallyday/David Charvet/Lara Fabian/Maurane / Assia	35,8	42,4	6 360 000
	Umberto Tozzi / Les 10 commandements			
14-sept-02	Calogero /Karine Costa/Michele Torr/Christina Marocco/	32,6	46	6 042 000
	Maxime Leforestier			
21-sept-02	Salome de Bahia /Kate Ryan/Natasha StPier/Patricia Kaas	36	44,8	6 572 000
28-sept-02	Richard Cocciante/River Dance /Faude l/Vanessa Carlton /Danny Brilliant	34	47,4	6 413 000
<b>Octobre</b>				
05-oct-02	Serge Lama/ David Charvet/Céline Dion/Cunnie Williams	35,1	49,6	6 890 000
11-oct-02	Marc Lavoine/Eve Angeli/Billy Crawford/Roch Voisine/ Maxime Le Forestier	38,6	47,9	7 738 000
19-oct-02	Nuttea/ Christophe/ Patrick Fiori/Roméo et Juliette/Shania Twain/Cecilia Cara	31,8	46,1	6 413 000
26-oct-02	Billy Paul/ Michel Delpech/ Youssou n'dour/Pascal Obispo	40,8	51,4	7 791 000
<b>Novembre</b>				
02-nov-02	Isabelle Boulay / Marc Lavoine / Johnny Hallyday	39,2	51,8	8 056 000
09-nov-02	Nana Mouskouri / Ronan Keating / Jenifer / Liane Foly	39,2	51,8	8 162 000
16-nov-02	Bruno Pelletier / Ophélie Winter / Mariah Carey	39,2	51,2	8 162 000
23-nov-02	Laurent Voulzy / Tiziano Ferro / Lorie / Lionel Richie	38,3	49,5	8 056 000
30-nov-02	Laura Pausini / Phil Collins/ Ray Charles / Gérard de Palmas / Ginie Line	37	50,1	7 950 000
<b>Decembre</b>				
07-déc-02	<i>Demi-finale garçons</i> : Lara Fabian / Magic System / Jane Birkin	41,8	53,1	8 480 000
	Tom Jones/ Daniel Levi			
13-déc-02	<i>Demi-finale filles</i> : Julie Zenatti / Patrick Bruel / Luz Casal / J.Hallyday	46	57,3	9 699 000
21-déc-02	<i>Finale</i> : Jenifer / Mario / Jessica Marquez / Jean - Pascal	56,2	65	11 554 000
<b>Moyenne des 17 émissions</b>		<b>38,8</b>	<b>50,1</b>	

# 1. LES 1ères PARTIES DE SOIRÉE

## c) STAR ACADEMY

STAR ACADEMY - SAISON 3 (17 prime-time)				
Présentation : Nikos Aliagas				
DIFFUSION (périodicité)	THEMES	PdA. Ind.	PdA Ménagères	Nbre Ind. Emission
<b>Aout</b>				
30-août-03	<i>1ère arrivée au château</i>	35,7	44,5	6 398 400
<b>Septembre</b>				
05-sept-03	Marc Lavoine / Lorie / Ricky Martin / Florent Pagny	34,3	43,3	6 558 360
13-sept-03	Chimène Badi / Sacha Distel / Dj Bobo / Danni Minogue / Yannick Noah / Sting	28	39,5	5 012 080
20-sept-03	Hélène Ségara / Calogero / Les Demoiselles de Rochefort / Dis leur 2 zouk / Blue	29,1	37,4	5 118 720
27-sept-03	3T / Raphaël / Julien Clerc / Julie Zenatti / Sege Lama / Faudel	31	39,1	5 918 520
<b>Octobre</b>				
04-oct-03	Spéciale Johnny Hallyday : Isabelle Boulay / Alizée / Nolwenn	33	45,2	6 558 360
10-oct-03	Liane Foly / Sugar Daddy / Eddy Mitchell / Enrico Macias / Seal / Jessica Marquez	33,4	42,4	6 451 720
18-oct-03	Martin Fontaine / Diams / Dany Brillant / Jacques Dutronc / Belles Belles Belles	27,3	33,7	5 918 520
25-oct-03	Pierre Perret / Elton John / Doc Gyneco / L5 / Jeremy Chatelain	34,7	44	6 212 820
<b>Novembre</b>				
01-nov-03	Alain Chamfort / Willy Denzey / Lara Fabian / Maurane	31,9	42,2	6 931 600
08-nov-03	Roch Voisine / Patrick Fiori / Beyonce / Julio Iglesias / Nolwenn	32,9	44,8	6 558 360
14-nov-03	Phil Collins / Adamo / Laurent Voulzy / Mario Barravecchia / Belles, Belles, Belles	36,5	48,6	7 678 080
22-nov-03	Natasha St Pier / Shaggy / Pascal Obispo / Roch Voisine	35,1	45,2	6 665 000
29-nov-03	Robert Charlebois / Patrick Fiori / Patricia Kaas / Laura Pausini / Hélène Segara	31,6	44,7	6 611 680
<b>Décembre</b>				
06-déc-03	<i>Demi-finale garçons</i> : Charles Aznavour / Etienne Daho / Umberto Tozzi & Cerena Hermes House Band / Emma Daumas	39,5	50,8	7 518 120
12-déc-03	<i>Demi-finale filles</i> : Garou / Florent Pagny / Serge Lama / Michel Sardou	39,1	47,8	8 051 320
20-déc-03	<i>Finale</i> : Hélène Segara / Elton John / Belles, Belles, Belles / Autant en Emporte Le vent	48,2	56,4	10 077 480
<b>Moyenne des 17 émissions</b>		<b>34,19</b>	<b>44,09</b>	

31.08.2002	<b>Concert Star Academy 1 (2ème partie de soirée)</b>	45,5	49,4	3 498 000
30.08.2003	<b>Concert Star Academy 2 (2ème partie de soirée)</b>	30,5	35,1	2 132 800

# 1. LES 1ères PARTIES DE SOIRÉE

## d) LES ÉMISSIONS SPÉCIALES

Emission spéciale : émission programmée en 1ère partie de soirée et articulée autour d'un invité d'honneur Les NRJ Music Awards sont la cérémonie récompensant les succès musicaux de l'année la cérémonie est programmée en 1ère partie de soirée chaque année le samedi précédant l'ouverture du Midem Les Enfoirés : Concert événement diffusé sur TF1 au profit des Restos du Cœur						
Date de diffusion	Heure de diffusion	Durée	Intitulé	PdA moyenne Individus 4 ans + (en %)	PdA moyenne Ménagères <50 (en %)	Nbre Ind. Emission
18-janv-03	20:55:00	2h27'15"	NRJ MUSIC AWARDS	38,5	53,2	7 838 040
21-févr-03	20:57:00	2h20'06"	LA FOIRE A UX ENFOIRES (RESTOS DU CŒUR)	52	62,1	11 037 240
15-juin-03	20:55:00	3h05'17"	BON ANNIVERSAIRE JOHNNY/LA TOURNEE DES STADES 2003	46	53,4	7 731 400
18-nov-03	20:56:00	1h40'20"	CELINE	31,1	32,1	6 131 800
24-janv-04	20:57:00	2h22'17"	NRJ MUSIC AWARDS	33,5	46,6	6 451 720
05-mars-04	21:01:00	2h27'25"	LES ENFOIRES DANS L'ESPACE (RESTOS DU COEUR)	51,7	63	10 770 640

## 2. LES 3èmes PARTIES DE SOIRÉE

### a) HITS & CO

Magazine hebdomadaire de 45' diffusé le samedi en 3ème partie de soirée sur TF1 et consacré à l'actualité de la musique (hit single, nouveaux clips, interviews, sorties CD et DVD de la semaine, concerts)

Diffusion	Durée moyenne	PdA moyenne Individus 4 ans +	PdA moyenne Ménagères<50	Nbre Ind. Emission	Nbre d'émissions
2002	37'20"	24,9%	30,7%	538 833	6
2003	42'42"	21,9% *	29%	433 089	52
2004	46'22"	21,8%	27%	539 663	8

\*: moyenne mesurée sur 49 émissions

## 2. LES 3èmes PARTIES DE SOIRÉE

### b) LES CONCERTS

Conformément à son cahier des charges, TF1 diffuse régulièrement des concerts en soirée et particulièrement des œuvres de quota français						
Date de diffusion	Heure de diffusion	Durée	Intitulé	PdA moyenne Individus 4 ans +	PdA moyenne Ménagères<50	Nbre Ind. Emission
16-nov-02	26:06:00	44'09"	DOCUM.LOTTI MON HOMMAGE A ELVIS PRESLEY	20	27,6	265 000
28-déc-02	25:04:00	59'43"	SPECT.THE ROBBIE WILLIAMS TV SHOW	12,3	14,7	371 000
29-déc-02	24:30:00	58'39"	SPECT.DIVAS LAS VEGAS	26,2	32,4	901 000
01-janv-03	25:15:00	59'32"	SPECT.URBAN PEACESTADE DE FRANCE-21 SEPTEMBRE 2002	20	17,2	319 920
02-janv-03	24:35:00	1h41'17"	SPECT.CHARLES AZNAVOUR 2000LE PALAIS DES CONGRES DE PARIS..	15,6	16,7	373 240
26-janv-03	24:45:00	56'00"	SPECT.CONCERT DES PIECES JAUNES/ A BRIVE LA GAILLARDE-EDITION	18,2	13,9	319 920
30-mars-03	25:50:00	1h06'35"	SPECT.DAN AR BRAZ ET L HERITAGE DES CELTES/ZENITH	14,3	33,3	-
06-avr-03	25:56:00	2h07'41"	SPECT.LA NUIT CELTIQUE A U STADE DE FRANCE/EDITION 2003	27,9	5	-
30-avr-03	25:27:00	1h49'06"	SPECT.DE PALMAS EN CONCERT/ A U ZENITH DE PARIS LE 12 NOV 2001	16,7	24,1	-
10-mai-03	25:23:00	35'13"	SPECT.CELINE A LAS VEGAS...A NEW DAY	20,8	33,3	533 200
20-mai-03	25:00:00	1h07'40"	SPECT.CONCERT POUR LAURETTE	20	30	266 600
28-mai-03	26:17:00	59'17"	SPECT.CONCERT SOLIDARITE INONDATIONS A NIMES	25	38,1	-
18-juin-03	25:58:00	57'20"	CONC.CONCERT POUR LA FONDATION PASTEUR-WEIZMANN	23,1	30,8	-
09-juil-03	25:25:00	1h06'45"	CONC.CONCERT POUR LA FONDATION PASTEUR-WEIZMANN/2EME PARTIE	17,6	22,2	-
30-août-03	23:44:00	1h15'35"	SPECT.LE SPECTACLE MUSICAL DE STAR ACADEMY/LILLE - AVRIL 200	30,5	35,1	2 132 800
21-déc-03	26:16:00	58'39"	SPECT.DIVAS LAS VEGAS	28,6	42,9	-
24-déc-03	25:40:00	55'28"	CONC.LE GRAND GALA AVEC ANDRE RIEU	19,6	10,4	533 200
26-déc-03	26:23:00	1h38'28"	SPECT.GAROU A BERCY/ENREGISTRE AU POPB LES...2002	23,1	35,7	319 920
28-déc-03	26:16:00	1'30'23"	BAL.BALLET DE SHANGHAI DANSES A UX PARURES ME/ PARIS	20	25	-
31-déc-03	24:37:00	1h46'38"	SPECT.MICHEL SARDOU 2001 BERCY	36,7	35,9	1 759 560
31-déc-03	26:26:00	58'56"	SPECT.ELTON JOHN AT THE ROYAL OPERA HOUSE-OPER	27,3	27,8	479 880
02-janv-04	26:12:00	2h30'02"	SPECT.ROMEO ET JULIETTE DE LA HAINE A L AMOUR/PALAIS DES CONGRES	27,3	50	319 920
26-janv-04	24:57:00	1h37'56"	SPECT.CONCERT DES PIECES JAUNES/EDITION 2004 - MA CON	36,4	46,4	426 560



### 3. LES PROGRAMMES COURTS

#### a) C.L.A.C.

Programme court consacré à l'actualité culturelle (musique et cinéma) diffusé les vendredi et dimanche à 20h40 le samedi à 20h40 et 25h30		
Diffusion	Durée moyenne	Nbre d'émissions (inédits et rediffusions)
2002	1'30"	34
2003	1'30"	80
2004	1'30"	18

*Remarque : ne sont recensés que les épisodes de C.L.A.C. consacrés à la musique*

#### b) MUSIC ATTITUDE

Programme court dressant le portrait d'un artiste issu du monde musical diffusé tous les jours à 13h50, 19h50 et rediffusé dans la nuit du 16 novembre 2002 au 29 décembre 2002		
Diffusion	Durée moyenne	Nbre d'émissions (inédits et rediffusions)
2002	1'20"	55

## 4. LES CLIPS ANTENNE

TF1 diffuse chaque jour environ 5 extraits et/ou clips en inter-programmes sur son Antenne

Ces diffusions sont programmées le matin, l'après-midi et en 3ème partie de soirée ainsi qu'en ouverture et fermeture d'antenne

Exemple de clips diffusés : Patrick Bruel, Ricky Martin, Hélène Ségara, Nolwenn Leroy...

En 2003, cela a représenté 1819 diffusions pour un volume horaire total de 68h

Diffusion	Nb total de diffusions	Moyenne de diffusion / jour	Diffusions en journée et en 3ème partie de soirée	Diffusions en ouverture/fermeture d'antenne
2002	2 214	6	85h47	835
2003	1 819	5	68h20	676
2004	306	5	11h17	123

## TF1 – CONCERTS CLASSIQUES + OPERAS + BALLETS – Année 2003

### Cible : Individus 4 ans ou plus

Source : TF1 – Direction du Marketing et de la Prospective des Programmes

Durée	Début	Date	Libellé	Sous-type	Aud. TTV	Aud. TF1	NT TTV	NT TF1	PdA TF1
00:20:11	26:39:49	01/01/2003	Chefs d'oeuvres de la musique	Concert classique	1,4	0,2	746 480	106 640	14,3
00:41:21	03:00:00	02/01/2003	Chefs d'oeuvres de la musique	Concert classique	0,8	0,1	426 560	53 320	12,5
00:39:42	26:20:18	02/01/2003	Tosca de giacomo	Opéra	1,5	0,1	799 800	53 320	6,7
01:27:26	03:00:00	03/01/2003	Tosca de giacomo	Opéra	1,0	0,1	533 200	53 320	10,0
00:10:06	04:33:50	04/01/2003	Concert classique	Concert classique	1,0	0,2	533 200	106 640	20,0
00:22:42	26:37:18	04/01/2003	Chefs d'oeuvres de la musique	Concert classique	2,1	0,2	1 119 720	106 640	9,5
00:34:40	03:00:00	05/01/2003	Chefs d'oeuvres de la musique	Concert classique	1,1	0,0	586 520	0	0,0
01:50:27	25:09:33	05/01/2003	Le barbier de seville	Opéra	1,6	0,3	853 120	159 960	18,8
00:41:04	03:00:00	06/01/2003	Le barbier de seville	Opéra	0,8	0,1	426 560	53 320	12,5
00:04:31	04:37:46	06/01/2003	Concert classique	Concert classique	0,5	0,0	266 600	0	0,0
00:05:05	04:51:35	07/01/2003	Concert classique	Concert classique	0,7	0,0	373 240	0	0,0
00:05:55	04:40:46	10/01/2003	Concert classique	Concert classique	0,7	0,1	373 240	53 320	14,3
00:06:31	04:46:41	10/01/2003	Concert classique	Concert classique	0,7	0,1	373 240	53 320	14,3
00:07:20	04:39:03	12/01/2003	Concert classique	Concert classique	0,8	0,1	426 560	53 320	12,5
00:06:18	04:41:11	13/01/2003	Concert classique	Concert classique	0,4	0,0	213 280	0	0,0
00:04:39	04:49:50	14/01/2003	Concert classique	Concert classique	0,6	0,2	319 920	106 640	33,3
00:10:06	04:27:26	16/01/2003	Concert classique	Concert classique	0,9	0,3	479 880	159 960	33,3
00:05:00	04:43:44	19/01/2003	Concert classique	Concert classique	0,9	0,1	479 880	53 320	11,1
00:32:31	04:12:42	21/01/2003	Concert classique	Concert classique	0,5	0,2	266 600	106 640	40,0
00:07:35	05:05:31	22/01/2003	Concert classique	Concert classique	0,6	0,1	319 920	53 320	16,7
00:06:32	04:40:07	24/01/2003	Concert classique	Concert classique	0,5	0,0	266 600	0	0,0
00:03:37	04:40:45	25/01/2003	Concert classique	Concert classique	0,6	0,1	319 920	53 320	16,7
00:06:20	04:47:44	26/01/2003	Concert classique	Concert classique	0,7	0,1	373 240	53 320	14,3
00:07:12	04:52:06	27/01/2003	Concert classique	Concert classique	0,5	0,1	266 600	53 320	20,0
00:07:07	04:54:45	28/01/2003	Concert classique	Concert classique	0,5	0,0	266 600	0	0,0
00:03:46	05:06:55	29/01/2003	Concert classique	Concert classique	0,4	0,1	213 280	53 320	25,0
00:06:20	04:54:06	31/01/2003	Concert classique	Concert classique	0,5	0,0	266 600	0	0,0
00:06:27	04:47:26	03/02/2003	Concert classique	Concert classique	0,7	0,1	373 240	53 320	14,3
00:05:50	04:53:53	03/02/2003	Concert classique	Concert classique	0,7	0,0	373 240	0	0,0
00:08:53	05:03:18	05/02/2003	Concert classique	Concert classique	0,7	0,1	373 240	53 320	14,3
00:08:59	04:31:59	06/02/2003	Concert classique	Concert classique	0,7	0,0	373 240	0	0,0
00:05:45	04:34:33	09/02/2003	Concert classique	Concert classique	0,9	0,1	479 880	53 320	11,1
00:07:25	04:39:12	10/02/2003	Concert classique	Concert classique	0,7	0,1	373 240	53 320	14,3
00:06:25	04:45:47	11/02/2003	Concert classique	Concert classique	0,7	0,2	373 240	106 640	28,6
00:07:36	04:39:16	14/02/2003	Concert classique	Concert classique	0,5	0,1	266 600	53 320	20,0
01:17:51	25:32:00	16/02/2003	La force du destin	Opéra	1,9	0,3	1 013 080	159 960	15,8
00:10:09	26:49:51	16/02/2003	La force du destin	Opéra	1,1	0,2	586 520	106 640	18,2
01:21:08	03:00:00	17/02/2003	La force du destin	Opéra	0,7	0,1	373 240	53 320	14,3
00:05:04	04:34:36	18/02/2003	Concert classique	Concert classique	0,5	0,0	266 600	0	0,0
00:08:48	04:38:35	19/02/2003	Concert classique	Concert classique	0,7	0,1	373 240	53 320	14,3
00:07:36	05:04:44	26/02/2003	Concert classique	Concert classique	0,7	0,0	373 240	0	0,0
00:07:03	04:45:26	27/02/2003	Concert classique	Concert classique	0,6	0,2	319 920	106 640	33,3
00:07:36	04:31:51	28/02/2003	Concert classique	Concert classique	0,6	0,1	319 920	53 320	16,7

01:37:51	25:22:09	02/03/2003	Shazam à l'opéra national	Ballet	1,6	0,2	853 120	106 640	12,5
00:02:08	03:00:00	03/03/2003	Shazam à l'opéra national	Ballet	0,8	0,1	426 560	53 320	12,5
00:08:58	04:28:27	04/03/2003	Concert classique	Concert classique	0,5	0,1	266 600	53 320	20,0
00:09:25	04:05:55	06/03/2003	Concert classique	Concert classique	0,4	0,1	213 280	53 320	25,0
00:05:11	05:05:51	07/03/2003	Concert classique	Concert classique	0,6	0,1	319 920	53 320	16,7
00:04:36	04:48:29	08/03/2003	Concert classique	Concert classique	0,7	0,1	373 240	53 320	14,3
00:07:35	04:50:37	10/03/2003	Concert classique	Concert classique	0,4	0,1	213 280	53 320	25,0
00:05:49	04:48:02	11/03/2003	Concert classique	Concert classique	0,5	0,1	266 600	53 320	20,0
00:06:59	05:09:23	12/03/2003	Concert classique	Concert classique	0,5	0,1	266 600	53 320	20,0
00:06:17	04:16:37	13/03/2003	Concert classique	Concert classique	0,6	0,2	319 920	106 640	33,3
00:06:31	04:55:13	14/03/2003	Concert classique	Concert classique	0,5	0,1	266 600	53 320	20,0
00:07:00	04:20:46	17/03/2003	Concert classique	Concert classique	0,7	0,2	373 240	106 640	28,6
00:08:58	04:48:33	19/03/2003	Concert classique	Concert classique	0,4	0,0	213 280	0	0,0
00:05:44	04:53:56	27/03/2003	Concert classique	Concert classique	0,7	0,2	373 240	106 640	28,6
00:06:20	04:50:24	29/03/2003	Concert classique	Concert classique	0,8	0,2	426 560	106 640	25,0
00:06:59	04:56:44	29/03/2003	Concert classique	Concert classique	0,7	0,2	373 240	106 640	28,6
00:07:41	04:52:36	01/04/2003	Concert classique	Concert classique	0,7	0,1	373 240	53 320	14,3
00:07:26	05:05:46	02/04/2003	Concert classique	Concert classique	0,7	0,1	373 240	53 320	14,3
00:08:33	04:26:53	03/04/2003	Concert classique	Concert classique	0,8	0,1	426 560	53 320	12,5
00:04:39	04:33:50	06/04/2003	Concert classique	Concert classique	0,8	0,2	426 560	106 640	25,0
00:06:59	04:38:29	06/04/2003	Concert classique	Concert classique	0,8	0,2	426 560	106 640	25,0
00:06:31	04:46:48	08/04/2003	Concert classique	Concert classique	0,6	0,0	319 920	0	0,0
00:08:59	04:58:19	09/04/2003	Concert classique	Concert classique	0,5	0,1	266 600	53 320	20,0
00:06:18	05:07:18	09/04/2003	Concert classique	Concert classique	0,5	0,1	266 600	53 320	20,0
00:09:25	04:42:15	12/04/2003	Concert classique	Concert classique	1,0	0,2	533 200	106 640	20,0
00:09:22	04:28:00	13/04/2003	Concert classique	Concert classique	1,1	0,1	586 520	53 320	9,1
00:05:54	04:37:22	13/04/2003	Concert classique	Concert classique	1,1	0,1	586 520	53 320	9,1
01:46:22	25:13:38	13/04/2003	Manon Lescaut	Opéra	1,5	0,1	799 800	53 320	6,7
00:19:35	03:00:00	14/04/2003	Manon Lescaut	Opéra	0,8	0,1	426 560	53 320	12,5
00:07:36	03:59:35	15/04/2003	Concert classique	Concert classique	0,7	0,1	373 240	53 320	14,3
00:08:49	04:07:11	15/04/2003	Concert classique	Concert classique	0,8	0,2	426 560	106 640	25,0
00:05:42	05:01:13	16/04/2003	Concert classique	Concert classique	0,8	0,1	426 560	53 320	12,5
00:07:00	04:51:27	17/04/2003	Concert classique	Concert classique	0,7	0,1	373 240	53 320	14,3
00:09:25	04:40:22	19/04/2003	Concert classique	Concert classique	0,9	0,1	479 880	53 320	11,1
00:07:25	04:10:38	20/04/2003	Concert classique	Concert classique	0,7	0,2	373 240	106 640	28,6
00:10:00	05:01:59	23/04/2003	Concert classique	Concert classique	0,7	0,2	373 240	106 640	28,6
00:06:19	05:11:59	23/04/2003	Concert classique	Concert classique	0,7	0,2	373 240	106 640	28,6
00:09:28	04:53:40	24/04/2003	Concert classique	Concert classique	0,8	0,1	426 560	53 320	12,5
00:06:31	04:35:05	26/04/2003	Concert classique	Concert classique	0,8	0,2	426 560	106 640	25,0
00:10:04	04:33:46	29/04/2003	Concert classique	Concert classique	0,6	0,1	319 920	53 320	16,7
00:07:23	04:56:06	02/05/2003	Concert classique	Concert classique	0,6	0,1	319 920	53 320	16,7
00:36:54	26:23:06	04/05/2003	Don't look back	Ballet	1,2	0,3	639 840	159 960	25,0
00:12:27	03:00:00	05/05/2003	Don't look back M,-c, Pietragalla	Ballet	0,9	0,2	479 880	106 640	22,2
00:05:05	04:49:08	07/05/2003	Concert classique	Concert classique	0,6	0,1	319 920	53 320	16,7
00:03:46	04:56:36	08/05/2003	Concert classique	Concert classique	0,7	0,1	373 240	53 320	14,3
00:05:04	04:46:35	09/05/2003	Concert classique	Concert classique	0,7	0,1	373 240	53 320	14,3
00:07:36	04:51:39	09/05/2003	Concert classique	Concert classique	0,8	0,2	426 560	106 640	25,0
00:05:55	04:55:28	10/05/2003	Concert classique	Concert classique	0,8	0,2	426 560	106 640	25,0
00:05:54	04:23:23	13/05/2003	Concert classique	Concert classique	0,6	0,2	319 920	106 640	33,3
00:10:11	04:29:17	13/05/2003	Concert classique	Concert classique	0,6	0,2	319 920	106 640	33,3

00:06:20	04:49:29	14/05/2003	Concert classique	Concert classique	0,6	0,1	319 920	53 320	16,7
00:06:59	04:55:49	14/05/2003	Concert classique	Concert classique	0,6	0,1	319 920	53 320	16,7
00:05:51	04:47:56	15/05/2003	Concert classique	Concert classique	0,8	0,2	426 560	106 640	25,0
00:09:28	05:22:33	16/05/2003	Concert classique	Concert classique	0,7	0,2	373 240	106 640	28,6
00:08:58	05:06:15	19/05/2003	Concert classique	Concert classique	0,6	0,1	319 920	53 320	16,7
00:06:48	04:26:31	20/05/2003	Concert classique	Concert classique	0,6	0,2	319 920	106 640	33,3
00:10:06	03:33:33	21/05/2003	Concert classique	Concert classique	0,7	0,1	373 240	53 320	14,3
00:06:06	04:49:00	23/05/2003	Concert classique	Concert classique	0,7	0,1	373 240	53 320	14,3
00:09:59	04:51:24	24/05/2003	Concert classique	Concert classique	0,8	0,1	426 560	53 320	12,5
00:10:02	04:46:52	26/05/2003	Concert classique	Concert classique	0,7	0,1	373 240	53 320	14,3
00:06:19	04:41:42	29/05/2003	Concert classique	Concert classique	0,6	0,3	319 920	159 960	50,0
00:04:39	04:48:01	29/05/2003	Concert classique	Concert classique	0,7	0,3	373 240	159 960	42,9
00:30:31	26:29:29	01/06/2003	La jeunesse de pierre Le Grand	Opéra	1,0	0,2	533 200	106 640	20,0
00:59:13	03:00:00	02/06/2003	La jeunesse de pierre Le Grand	Opéra	0,9	0,1	479 880	53 320	11,1
00:07:07	04:55:29	07/06/2003	Concert classique	Concert classique	0,8	0,2	426 560	106 640	25,0
00:06:32	04:47:07	12/06/2003	Concert classique	Concert classique	0,7	0,1	373 240	53 320	14,3
00:08:54	05:23:25	13/06/2003	Concert classique	Concert classique	0,9	0,2	479 880	106 640	22,2
00:05:50	04:43:52	15/06/2003	Concert classique	Concert classique	0,9	0,1	479 880	53 320	11,1
00:57:21	25:58:45	18/06/2003	Concert pour la fondation	Concert classique	1,3	0,3	693 160	159 960	23,1
00:57:22	03:05:28	20/06/2003	Chefs d'oeuvres de la musique	Concert classique	1,1	0,2	586 520	106 640	18,2
00:05:28	04:52:24	21/06/2003	Concertos pour clavier et orchestre	Concert classique	0,9	0,1	479 880	53 320	11,1
00:03:41	04:54:09	22/06/2003	Concert classique	Concert classique	0,8	0,2	426 560	106 640	25,0
00:09:14	26:50:46	22/06/2003	Chefs d'oeuvres de la musique	Concert classique	0,9	0,3	479 880	159 960	33,3
01:15:03	03:00:00	23/06/2003	Chefs d'oeuvres de la musique	Concert classique	0,7	0,1	373 240	53 320	14,3
00:06:31	04:40:27	23/06/2003	Concert classique	Concert classique	0,6	0,1	319 920	53 320	16,7
00:08:59	04:46:58	23/06/2003	Concert classique	Concert classique	0,5	0,0	266 600	0	0,0
01:02:28	25:41:55	24/06/2003	Chefs d'oeuvres de la musique	Concert classique	2,0	0,3	1 066 400	159 960	15,0
00:06:49	04:57:41	25/06/2003	Concert classique	Concert classique	0,7	0,1	373 240	53 320	14,3
01:04:06	03:04:29	27/06/2003	Chefs d'oeuvres de la musique	Concert classique	0,9	0,2	479 880	106 640	22,2
00:07:23	04:44:33	27/06/2003	Concert classique	Concert classique	0,8	0,1	426 560	53 320	12,5
00:57:06	03:09:57	28/06/2003	Chefs d'oeuvres de la musique	Concert classique	1,0	0,2	533 200	106 640	20,0
00:06:04	04:48:15	28/06/2003	Concert classique	Concert classique	0,6	0,2	319 920	106 640	33,3
01:01:36	03:10:58	30/06/2003	Chefs d'oeuvres de la musique	Concert classique	0,6	0,2	319 920	106 640	33,3
00:07:36	04:25:23	01/07/2003	Concert classique	Concert classique	0,9	0,3	479 880	159 960	33,3
00:03:40	04:51:02	02/07/2003	Concert classique	Concert classique	0,7	0,1	373 240	53 320	14,3
00:07:24	04:29:20	04/07/2003	Concert classique	Concert classique	0,5	0,1	266 600	53 320	20,0
00:05:55	04:44:14	06/07/2003	Concert classique	Concert classique	0,8	0,3	426 560	159 960	37,5
00:05:54	04:53:40	07/07/2003	Concert classique	Concert classique	0,7	0,1	373 240	53 320	14,3
01:06:45	25:25:37	09/07/2003	Concert pour la fondation	Concert classique	1,7	0,3	906 440	159 960	17,6
00:08:59	04:38:51	11/07/2003	Concert classique	Concert classique	0,7	0,2	373 240	106 640	28,6
00:05:55	04:21:51	13/07/2003	Concert classique	Concert classique	0,9	0,1	479 880	53 320	11,1
00:45:06	25:15:43	13/07/2003	La philharmonie de Lorraine	Concert classique	3,8	0,4	2 026 160	213 280	10,5
00:56:32	26:03:28	14/07/2003	La flûte enchantée	Opéra	1,7	0,3	906 440	159 960	17,6
00:11:48	03:00:00	15/07/2003	La flûte enchantée	Opéra	1,3	0,2	693 160	106 640	15,4
01:29:40	03:11:48	15/07/2003	La flûte enchantée	Opéra	0,8	0,1	426 560	53 320	12,5
00:03:46	04:54:49	17/07/2003	Concert classique	Concert classique	0,8	0,1	426 560	53 320	12,5

00:08:40	04:14:03	18/07/2003	Concert classique	Concert classique	0,6	0,2	319 920	106 640	33,3
00:10:00	04:26:45	19/07/2003	Concert classique	Concert classique	1,0	0,2	533 200	106 640	20,0
00:44:31	03:38:28	21/07/2003	La philharmonie de Lorraine	Concert classique	0,7	0,2	373 240	106 640	28,6
00:05:04	04:51:12	22/07/2003	Concert classique	Concert classique	0,8	0,1	426 560	53 320	12,5
00:08:54	04:45:58	24/07/2003	Concert classique	Concert classique	0,8	0,1	426 560	53 320	12,5
00:13:16	04:39:08	25/07/2003	Concert classique	Concert classique	0,7	0,1	373 240	53 320	14,3
00:03:45	04:13:21	27/07/2003	Concert classique	Concert classique	1,0	0,2	533 200	106 640	20,0
00:07:00	04:17:06	27/07/2003	Concert classique	Concert classique	1,0	0,1	533 200	53 320	10,0
00:48:10	26:11:50	27/07/2003	La philharmonie de Lorraine	Concert classique	1,4	0,2	746 480	106 640	14,3
00:14:15	03:00:00	28/07/2003	La philharmonie de Lorraine	Concert classique	0,8	0,1	426 560	53 320	12,5
00:05:00	04:42:22	29/07/2003	Concert classique	Concert classique	0,7	0,0	373 240	0	0,0
00:06:55	04:47:22	29/07/2003	Concert classique	Concert classique	0,8	0,0	426 560	0	0,0
00:06:55	04:46:43	01/08/2003	Concert classique	Concert classique	0,7	0,0	373 240	0	0,0
00:08:53	04:27:02	03/08/2003	Concert classique	Concert classique	0,9	0,1	479 880	53 320	11,1
02:00:45	24:56:44	03/08/2003	La bohème	Opéra	2,8	0,3	1 492 960	159 960	10,7
00:10:09	04:40:14	05/08/2003	Concert classique	Concert classique	0,5	0,1	266 600	53 320	20,0
00:39:20	26:20:40	10/08/2003	La philharmonie de Lorraine	Concert classique	1,3	0,2	693 160	106 640	15,4
00:03:00	03:00:00	11/08/2003	La philharmonie de Lorraine	Concert classique	1,0	0,1	533 200	53 320	10,0
00:08:58	04:41:15	12/08/2003	Concert classique	Concert classique	0,8	0,2	426 560	106 640	25,0
00:05:44	04:38:32	13/08/2003	Concert classique	Concert classique	0,7	0,1	373 240	53 320	14,3
00:07:36	04:44:16	13/08/2003	Concert classique	Concert classique	0,8	0,1	426 560	53 320	12,5
00:07:25	04:36:26	17/08/2003	Concert classique	Concert classique	0,6	0,1	319 920	53 320	16,7
00:03:39	04:43:51	17/08/2003	Concert classique	Concert classique	0,6	0,1	319 920	53 320	16,7
00:59:23	25:30:11	17/08/2003	Requiem de Mozart	Concert classique	2,1	0,4	1 119 720	213 280	19,0
00:07:19	04:43:38	19/08/2003	Concert classique	Concert classique	0,7	0,1	373 240	53 320	14,3
00:07:33	04:43:16	20/08/2003	Concert classique	Concert classique	0,8	0,0	426 560	0	0,0
00:05:04	04:36:42	21/08/2003	Concert classique	Concert classique	0,5	0,1	266 600	53 320	20,0
00:06:26	04:41:46	21/08/2003	Concert classique	Concert classique	0,6	0,1	319 920	53 320	16,7
00:06:32	04:36:15	22/08/2003	Concert classique	Concert classique	0,7	0,1	373 240	53 320	14,3
00:05:53	04:42:47	22/08/2003	Concert classique	Concert classique	0,8	0,1	426 560	53 320	12,5
00:07:29	04:40:57	23/08/2003	Concert classique	Concert classique	0,7	0,1	373 240	53 320	14,3
00:07:31	04:38:21	25/08/2003	Concert classique	Concert classique	0,7	0,1	373 240	53 320	14,3
00:03:44	04:45:52	25/08/2003	Concert classique	Concert classique	0,7	0,1	373 240	53 320	14,3
00:08:58	04:35:51	27/08/2003	Concert classique	Concert classique	0,7	0,1	373 240	53 320	14,3
00:06:29	04:44:49	27/08/2003	Concert classique	Concert classique	0,7	0,0	373 240	0	0,0
00:07:00	04:30:29	28/08/2003	Concert classique	Concert classique	0,9	0,2	479 880	106 640	22,2
00:04:37	04:47:05	29/08/2003	Concert classique	Concert classique	0,8	0,1	426 560	53 320	12,5
00:03:44	04:51:42	29/08/2003	Concert classique	Concert classique	0,8	0,1	426 560	53 320	12,5
00:07:21	04:43:56	31/08/2003	Concert classique	Concert classique	0,9	0,1	479 880	53 320	11,1
00:19:31	26:40:29	31/08/2003	La philharmonie de Lorraine	Concert classique	1,1	0,2	586 520	106 640	18,2
00:30:24	03:00:00	01/09/2003	La philharmonie de Lorraine	Concert classique	0,8	0,1	426 560	53 320	12,5
00:05:01	04:44:38	01/09/2003	Concert classique	Concert classique	0,7	0,1	373 240	53 320	14,3
00:07:00	04:44:13	03/09/2003	Concert classique	Concert classique	0,7	0,1	373 240	53 320	14,3
00:05:02	04:41:25	04/09/2003	Concert classique	Concert classique	0,5	0,1	266 600	53 320	20,0
00:06:30	04:46:27	04/09/2003	Concert classique	Concert classique	0,5	0,1	266 600	53 320	20,0
00:10:05	04:48:14	06/09/2003	Concert classique	Concert classique	0,5	0,1	266 600	53 320	20,0
00:08:56	04:38:51	08/09/2003	Concert classique	Concert classique	0,7	0,2	373 240	106 640	28,6
00:09:25	04:16:48	09/09/2003	Concert classique	Concert classique	0,8	0,2	426 560	106 640	25,0

00:07:05	04:41:32	10/09/2003	Concert classique	Concert classique	0,7	0,1	373 240	53 320	14,3
00:05:04	04:45:51	11/09/2003	Concert classique	Concert classique	0,7	0,1	373 240	53 320	14,3
00:43:41	26:09:52	14/09/2003	La philharmonie de Lorraine	Concert classique	1,4	0,1	746 480	53 320	7,1
00:07:00	04:39:33	15/09/2003	Concert classique	Concert classique	0,7	0,0	373 240	0	0,0
00:07:05	04:46:33	15/09/2003	Concert classique	Concert classique	0,7	0,0	373 240	0	0,0
00:04:39	03:43:23	16/09/2003	Concert classique	Concert classique	0,7	0,2	373 240	106 640	28,6
00:06:32	04:41:47	17/09/2003	Concert classique	Concert classique	0,7	0,1	373 240	53 320	14,3
00:08:58	04:48:19	17/09/2003	Concert classique	Concert classique	0,7	0,1	373 240	53 320	14,3
00:08:47	04:57:17	17/09/2003	Concert classique	Concert classique	0,7	0,1	373 240	53 320	14,3
00:08:40	04:42:39	18/09/2003	Concert classique	Concert classique	0,5	0,1	266 600	53 320	20,0
00:03:43	04:35:43	19/09/2003	Concert classique	Concert classique	0,7	0,1	373 240	53 320	14,3
00:06:32	04:53:55	20/09/2003	Concert classique	Concert classique	0,9	0,1	479 880	53 320	11,1
00:04:38	05:10:03	21/09/2003	Concert classique	Concert classique	0,7	0,2	373 240	106 640	28,6
00:41:02	03:08:51	22/09/2003	La philharmonie de Lorraine	Concert classique	0,6	0,2	319 920	106 640	33,3
00:06:31	04:44:34	23/09/2003	Concert classique	Concert classique	0,6	0,2	319 920	106 640	33,3
00:07:01	05:04:54	24/09/2003	Concert classique	Concert classique	0,7	0,1	373 240	53 320	14,3
00:06:31	04:54:46	27/09/2003	Concert classique	Concert classique	0,8	0,2	426 560	106 640	25,0
00:08:53	05:05:11	28/09/2003	Concert classique	Concert classique	0,6	0,1	319 920	53 320	16,7
00:10:09	04:35:10	29/09/2003	Concert classique	Concert classique	0,6	0,1	319 920	53 320	16,7
00:05:55	04:45:19	29/09/2003	Concert classique	Concert classique	0,6	0,1	319 920	53 320	16,7
00:05:45	04:43:16	30/09/2003	Concert classique	Concert classique	0,6	0,1	319 920	53 320	16,7
00:05:45	04:54:10	01/10/2003	Concert classique	Concert classique	0,6	0,1	319 920	53 320	16,7
00:04:32	04:59:55	01/10/2003	Concert classique	Concert classique	0,6	0,1	319 920	53 320	16,7
00:09:23	04:50:15	02/10/2003	Concert classique	Concert classique	0,6	0,1	319 920	53 320	16,7
00:07:06	04:49:18	05/10/2003	Concert classique	Concert classique	1,0	0,3	533 200	159 960	30,0
01:24:36	03:00:22	06/10/2003	Le jeune ballet de France	Ballet	0,8	0,1	426 560	53 320	12,5
00:06:19	04:49:20	06/10/2003	Concert classique	Concert classique	0,9	0,1	479 880	53 320	11,1
00:04:39	05:03:29	08/10/2003	Concert classique	Concert classique	0,7	0,0	373 240	0	0,0
00:07:21	05:08:08	08/10/2003	Concert classique	Concert classique	0,7	0,0	373 240	0	0,0
00:03:45	04:28:27	10/10/2003	Concert classique	Concert classique	0,8	0,0	426 560	0	0,0
00:06:19	04:56:49	11/10/2003	Concert classique	Concert classique	0,8	0,2	426 560	106 640	25,0
00:04:48	26:55:12	12/10/2003	La philharmonie de Lorraine	Concert classique	0,9	0,3	479 880	159 960	33,3
00:39:07	03:00:00	13/10/2003	La philharmonie de Lorraine	Concert classique	0,8	0,2	426 560	106 640	25,0
00:10:01	03:02:52	14/10/2003	Concert classique	Concert classique	0,8	0,2	426 560	106 640	25,0
00:06:59	04:38:35	16/10/2003	Concert classique	Concert classique	0,7	0,2	373 240	106 640	28,6
00:09:24	04:45:34	16/10/2003	Concert classique	Concert classique	0,7	0,2	373 240	106 640	28,6
00:06:10	04:15:29	17/10/2003	Concert classique	Concert classique	0,7	0,1	373 240	53 320	14,3
00:09:28	04:38:39	18/10/2003	Concert classique	Concert classique	0,9	0,2	479 880	106 640	22,2
00:07:24	04:48:07	18/10/2003	Concert classique	Concert classique	0,8	0,2	426 560	106 640	25,0
00:07:04	04:57:48	19/10/2003	Concert classique	Concert classique	0,9	0,3	479 880	159 960	33,3
00:07:34	05:04:52	19/10/2003	Concert classique	Concert classique	0,9	0,3	479 880	159 960	33,3
00:10:08	04:29:16	20/10/2003	Concert classique	Concert classique	0,7	0,1	373 240	53 320	14,3
00:05:05	04:39:24	20/10/2003	Concert classique	Concert classique	0,8	0,2	426 560	106 640	25,0
00:05:54	04:35:35	23/10/2003	Concert classique	Concert classique	0,7	0,2	373 240	106 640	28,6
00:07:25	04:41:29	23/10/2003	Concert classique	Concert classique	0,8	0,1	426 560	53 320	12,5
00:05:04	03:59:08	24/10/2003	Concert classique	Concert classique	0,9	0,1	479 880	53 320	11,1
00:06:32	04:04:12	24/10/2003	Concert classique	Concert classique	0,9	0,1	479 880	53 320	11,1
00:07:36	04:51:43	25/10/2003	Concert classique	Concert classique	0,9	0,3	479 880	159 960	33,3
00:09:24	05:02:43	26/10/2003	Concert classique	Concert classique	0,8	0,1	426 560	53 320	12,5

00:03:45	04:07:31	28/10/2003	Concert classique	Concert classique	0,8	0,3	426 560	159 960	37,5
00:10:09	04:36:47	28/10/2003	Concert classique	Concert classique	0,8	0,2	426 560	106 640	25,0
00:09:27	04:24:37	29/10/2003	Concert classique	Concert classique	0,7	0,2	373 240	106 640	28,6
00:08:58	04:55:07	29/10/2003	Concert classique	Concert classique	0,9	0,2	479 880	106 640	22,2
00:07:25	05:04:05	29/10/2003	Concert classique	Concert classique	0,9	0,2	479 880	106 640	22,2
00:05:02	04:48:38	30/10/2003	Concert classique	Concert classique	0,8	0,1	426 560	53 320	12,5
00:06:18	04:14:07	31/10/2003	Concert classique	Concert classique	0,9	0,2	479 880	106 640	22,2
00:09:26	04:20:25	31/10/2003	Concert classique	Concert classique	0,8	0,1	426 560	53 320	12,5
00:09:28	04:37:00	02/11/2003	Concert classique	Concert classique	0,8	0,2	426 560	106 640	25,0
00:06:17	04:34:08	03/11/2003	Concert classique	Concert classique	0,5	0,1	266 600	53 320	20,0
00:08:59	04:40:25	03/11/2003	Concert classique	Concert classique	0,6	0,1	319 920	53 320	16,7
00:08:53	04:20:47	06/11/2003	Concert classique	Concert classique	0,6	0,1	319 920	53 320	16,7
00:04:32	04:49:19	08/11/2003	Concert classique	Concert classique	0,9	0,3	479 880	159 960	33,3
00:08:54	04:59:58	10/11/2003	Concert classique	Concert classique	0,7	0,2	373 240	106 640	28,6
00:08:56	04:56:25	12/11/2003	Concert classique	Concert classique	0,7	0,1	373 240	53 320	14,3
00:08:56	04:37:43	15/11/2003	Concert classique	Concert classique	0,6	0,2	319 920	106 640	33,3
00:07:35	04:46:39	15/11/2003	Concert classique	Concert classique	0,6	0,1	319 920	53 320	16,7
00:06:32	04:41:49	17/11/2003	Concert classique	Concert classique	0,7	0,1	373 240	53 320	14,3
00:06:51	04:37:16	18/11/2003	Concert classique	Concert classique	0,7	0,1	373 240	53 320	14,3
00:09:24	04:48:08	19/11/2003	Concert classique	Concert classique	0,7	0,1	373 240	53 320	14,3
00:07:07	04:57:32	19/11/2003	Concert classique	Concert classique	0,7	0,1	373 240	53 320	14,3
00:06:19	04:00:05	21/11/2003	Concert classique	Concert classique	0,6	0,2	319 920	106 640	33,3
00:09:28	04:06:24	21/11/2003	Concert classique	Concert classique	0,7	0,2	373 240	106 640	28,6
00:04:39	04:55:32	22/11/2003	Concert classique	Concert classique	0,8	0,1	426 560	53 320	12,5
00:07:24	05:04:51	23/11/2003	Concert classique	Concert classique	0,9	0,2	479 880	106 640	22,2
00:06:19	04:31:46	24/11/2003	Concert classique	Concert classique	0,6	0,2	319 920	106 640	33,3
00:07:24	04:18:05	25/11/2003	Concert classique	Concert classique	0,6	0,1	319 920	53 320	16,7
00:03:27	05:45:40	25/11/2003	Concert classique	Concert classique	0,8	0,2	426 560	106 640	25,0
00:03:28	25:28:30	25/11/2003	Concert classique	Concert classique	2,6	0,5	1 386 320	266 600	19,2
00:07:05	05:02:55	26/11/2003	Concert classique	Concert classique	0,8	0,1	426 560	53 320	12,5
00:03:27	05:41:52	26/11/2003	Concert classique	Concert classique	0,8	0,2	426 560	106 640	25,0
00:03:27	26:11:57	26/11/2003	Concert classique	Concert classique	1,5	0,4	799 800	213 280	26,7
00:03:44	05:12:46	27/11/2003	Concert classique	Concert classique	0,8	0,2	426 560	106 640	25,0
00:03:27	06:09:33	27/11/2003	Concert classique	Concert classique	1,4	0,3	746 480	159 960	21,4
00:03:27	03:00:45	28/11/2003	Concert classique	Concert classique	0,9	0,2	479 880	106 640	22,2
00:03:46	03:55:13	28/11/2003	Concert classique	Concert classique	0,7	0,2	373 240	106 640	28,6
00:08:53	03:58:59	28/11/2003	Concert classique	Concert classique	0,7	0,1	373 240	53 320	14,3
00:03:27	05:43:58	28/11/2003	Concert classique	Concert classique	0,9	0,2	479 880	106 640	22,2
00:03:27	26:44:10	28/11/2003	Concert classique	Concert classique	1,3	0,2	693 160	106 640	15,4
00:08:58	04:10:07	29/11/2003	Concert classique	Concert classique	0,9	0,1	479 880	53 320	11,1
00:03:27	05:53:30	29/11/2003	Concert classique	Concert classique	0,7	0,3	373 240	159 960	42,9
00:03:27	26:29:23	29/11/2003	Concert classique	Concert classique	2,5	0,4	1 333 000	213 280	16,0
00:07:04	05:05:21	30/11/2003	Concert classique	Concert classique	0,7	0,1	373 240	53 320	14,3
00:03:27	05:43:41	30/11/2003	Concert classique	Concert classique	0,7	0,1	373 240	53 320	14,3
00:02:39	26:57:21	30/11/2003	Concert classique	Concert classique	1,0	0,2	533 200	106 640	20,0
00:00:49	03:00:00	01/12/2003	Concert classique	Concert classique	1,0	0,2	533 200	106 640	20,0
00:47:56	03:00:49	01/12/2003	Ou etes vous monsieur donn	Ballet	0,8	0,1	426 560	53 320	12,5
00:06:04	04:41:16	01/12/2003	Concert classique	Concert classique	0,8	0,1	426 560	53 320	12,5
00:04:31	04:31:54	05/12/2003	Concert classique	Concert classique	0,6	0,1	319 920	53 320	16,7
00:20:12	26:39:48	07/12/2003	Barbara Hendricks chante Gershwing	Concert classique	1,0	0,2	533 200	106 640	20,0



01:21:35	03:00:00	08/12/2003	Barbara Hendricks chante Gershwing	Concert classique	0,7	0,1	373 240	53 320	14,3
00:09:26	05:03:37	14/12/2003	Concert classique	Concert classique	0,7	0,2	373 240	106 640	28,6
00:04:38	05:48:19	20/12/2003	Concert classique	Concert classique	0,9	0,2	479 880	106 640	22,2
00:05:05	05:07:23	21/12/2003	Concert classique	Concert classique	0,9	0,3	479 880	159 960	33,3
00:08:58	04:34:06	22/12/2003	Concert classique	Concert classique	0,6	0,1	319 920	53 320	16,7
00:07:07	04:43:04	22/12/2003	Concert classique	Concert classique	0,6	0,1	319 920	53 320	16,7
00:06:31	04:35:59	23/12/2003	Concert classique	Concert classique	0,8	0,1	426 560	53 320	12,5
00:06:10	04:42:30	23/12/2003	Concert classique	Concert classique	0,8	0,1	426 560	53 320	12,5
00:04:36	04:49:26	24/12/2003	Concert classique	Concert classique	0,7	0,0	373 240	0	0,0
00:07:25	04:52:19	25/12/2003	Concert classique	Concert classique	1,5	0,2	799 800	106 640	13,3
00:05:55	04:36:42	26/12/2003	Concert classique	Concert classique	0,5	0,1	266 600	53 320	20,0
00:06:51	04:47:25	28/12/2003	Concert classique	Concert classique	1,0	0,1	533 200	53 320	10,0
00:43:51	26:16:09	28/12/2003	Ballet de shanghai danses au théâtre des champs Elysées	Ballet	2,0	0,4	1 066 400	213 280	20,0
00:46:31	03:00:00	29/12/2003	Ballet de shanghai danses au théâtre des champs Elysées	Ballet	1,2	0,1	639 840	53 320	8,3
00:06:30	04:39:17	30/12/2003	Concert classique	Concert classique	0,8	0,2	426 560	106 640	25,0

## Emissions musicales de M6 - 2003

Source : M6

	<b>Horaire début</b>	<b>Durée (mn)</b>	<b>PDM 4+ (%)</b>	<b>PDM ménagères -50 ans (%)</b>	<b>Nombre de téléspectateurs (millions)</b>	<b>Périodicité</b>
<b>CPTT</b>	7h00	120'	6,9	11,1	0,2	Quotidienne (lundi au vendredi)
<b>Fan de</b>	11h50	27'	14,7	26,0	1,1	Hebdomadaire
<b>Hit Machine</b>	10h25	80'	17,0	25,2	0,8	Hebdomadaire
<b>Star 6</b>	10h30	54'	6,1	8,5	0,2	Quotidienne (sauf samedi)
<b>Tubissimo</b>	16h15	42'	6,5	9,9	0,3	Quotidienne (lundi au vendredi)
<b>Génération Hit</b>	17h05	46'	10,8	15,2	0,7	Quotidienne (lundi au vendredi)
<b>L'Alternative</b>	Variable	251'	10,2	13,4	0,2	Quotidienne (lundi au dimanche)
<b>Jazz 6</b>	00h05	62'	10,0	13,9	0,2	Variable
<b>Fréquenstar</b>	Variable	90'	13,5	18,9	2,1	Variable

	<b>Horaire début</b>	<b>Durée (mn)</b>	<b>PDM 4+ (%)</b>	<b>PDM ménagères -50 ans (%)</b>	<b>Nombre de téléspectateurs (millions)</b>	<b>Périodicité</b>
<b>Absolument 70</b>	20h55	150'	16,3	24,2	3,4	
<b>Absolument 80</b>	20h55	150'	14,9	21,9	2,8	
<b>Absolument 90</b>	20h55	150'	13,5	20,9	2,7	
<b>Absolument été</b>	20h55	150'	13,8	19,8	2,3	
<b>100 % Johnny (30/12/03)</b>	20h50	140'	17,9	23,9	3,9	
<b>Grand Classement</b>	20h50	150'	20,4	33,6	3,6	
<b>Graines de star</b>	20h50	140'	10,8	15,2	2,2	
<b>Les Enfants de la Terre</b>	20h50	140'	9,5	12,4	1,9	

## La politique musicale d'Arte

### Programmation musicale

#### Les émissions régulières:

##### \_\_\_\_\_ MAESTRO

Le Dimanche à 19h00, 46 x 43'

Le rendez-vous musical hebdomadaire a vocation de présenter la musique dans la diversité du répertoire classique et contemporain, et peut s'ouvrir vers d'autres genres musicaux. Pour se différencier de Musica, Maestro favorise l'interprétation des œuvres dans leur intégralité par des interprètes de grande notoriété ou par de jeunes révélations. Une programmation par cycles (voix, instruments, chefs d'orchestre, répertoire) favorise la fidélisation du public et permet une communication plus lisible.

Cible : Etant donné le jour et l'heure de diffusion, Maestro s'adresse prioritairement au grand public, il s'agit donc d'offrir un accès simple à des musiques de grande qualité.

Audiences moyennes<sup>56</sup> :

2004 : au 29 02 - pda 3,2  
2003 : tm 0,9 - pda 2,5  
2002 : tm 0,8 - pda 2,3

##### \_\_\_\_\_ MAESTRO LONG

Le Dimanche à 19h00  
Format de 85'00" x 6

Maestro long propose la retransmission, en direct ou en différé, de concerts événementiels.

Audiences :

2004 : La Folle journée de Nantes tm 1,3- pda 2,8  
2003 :  
La Folle Journée de Nantes : tm 1,2 - pda 2,7  
Les 10 ans du Festival de Verbier : tm 0,9 - pda 2,1

##### \_\_\_\_\_ MUSICA

Le Samedi à 22h35  
Format de 52'

Musica s'intéresse à la musique dans sa diversité (et à la danse). Elle regroupe à la fois la forme documentaire et le spectacle lyrique (et chorégraphique). Musica propose une fois par mois en direct ou en différé la diffusion d'un événement lyrique (ou chorégraphique) : 6 spectacles en case Musica et 6 diffusions en prime time.

Le documentaire regroupe toutes les approches permettant d'aborder un artiste musicien, chorégraphe ou danseur, sous forme de portraits, d'étude de son travail, de tous les aspects

---

<sup>56</sup> Pour connaître l'audience en nombre de téléspectateurs, multiplier le taux moyen par 539 200 pour 2004 et 533 200 pour 2003.

privilégiant le rapport à la création artistique et à l'actualité musicale et chorégraphique. Musica s'ouvre au jazz et prend en compte les démarches musicales transversales.

Les films programmés dans Musica doivent privilégier l'accès du téléspectateur non spécialisé dans le souci de permettre à un plus large public d'accéder aux émissions, en veillant à la clarté et à l'accessibilité du propos quel que soit le domaine traité.

Les retransmissions en direct des spectacles vivants constituent des événements de programmation. Une programmation particulièrement riche et populaire est prévue en fin d'année. Elles privilégient un répertoire, des mises en scène et des formes filmiques permettant par la notoriété de l'œuvre ou de ses interprètes d'intéresser un large public.

Cible : Tous les publics mélomanes ou sensibles à la musique.

Audiences moyennes :

2004 : - pda 3,0  
2003 : tm 0,6 - pda 1,6  
2002 : tm 0,5 - pda 1,2

#### \_\_\_\_\_MUSICA LONG

Le Samedi à 21h40 (nouvelle case)  
Format: variable (en moyenne 120')

Ce nouveau format de Musica qui sera mis à l'antenne à partir du 2<sup>ème</sup> semestre 2004, est prévu 6 fois par an. Il s'agit d'intégrer régulièrement à la programmation une nouvelle approche d'un rendez-vous événementiel plus largement ouvert à d'autres genres musicaux rock/pop, jazz et bien sûr de musique classique et d'œuvres chorégraphiques.

Audiences :

2004 : la Folle journée de Nantes : tm 0,8 - pda 2,8

#### \_\_\_\_\_TRACKS

Le Jeudi à 23h15  
Rediffusion le samedi suivant à 17h45  
Format : 52'00"

Audiences :

2004 : (au 29 02 04): pda 3,0  
2003 : pda 1,8

Tracks a changé de format et d'horaire en 2004. Autour d'un contenu musical moderne et fort, c'est le magazine qui fédère les jeunes adultes qui inventent, font vivre, créent la culture de demain. D'une grande liberté, c'est le magazine des tendances, des modes de vie, des idées et des expériences artistiques nouvelles. La musique occupe une place centrale et majoritaire. Le magazine s'adresse aux jeunes adultes sans exclure les générations plus âgées, pour lesquelles il est un point de contact avec la jeunesse.

#### \_\_\_\_\_OPERA / GRAND BALLET

Fréquence : 12 fois par an  
6 fois le samedi à 21h40 et 6 fois en prime time (jour variable)  
Format : variable (en moyenne 150')

Audiences moyennes :

2004 : la Traviata: tm 0,7 - pda 2,0  
2003 : tm 0,5 - pda 1,5

#### \_\_\_\_\_DANSE

La danse sous toutes ses formes dans l'acceptation la plus large du terme (du grand ballet à la chorégraphie contemporaine, des danses de salon ou traditionnelles au hip-hop ou à la comédie musicale).

Audiences moyennes :

2004 : - pda 1,3  
2003 : tm 0,6 - pda 1,3  
2002 : tm 0,5 - pda 1,2

#### \_\_\_\_\_HORS CASE

Paris Jazz Clubs: festival de Glastonbury, Fiestas des Suds, Happy birthday Rock and Roll, Grand Cabaret,

Audiences moyennes :

2003 : tm 0,8 - pda 3,2  
2002 : pm 0,8 - pda 4,2

## Musique contemporaine

Dès ses débuts, la politique de production de La Sept, puis d'ARTE France - tout comme celle des chaînes partenaires allemandes - a su accorder une large place à la création de notre temps dans tous les domaines, et pour ce qui nous intéresse ici dans celui de la musique contemporaine.

La part réservée aux compositeurs français – Pierre Boulez, Henri Dutilleux, Pascal Dusapin, Pierre Henry, Marcel Landowski, Olivier Messiaen, Edgard Varèse - et allemands – Hanns Eisler, Heinz Werner Henze, Erich Wolfgang Korngold, Wolfgang Rihm, Karlheinz Stockhausen - est il est vrai importante, mais les représentants internationaux ne sont pas absents pour autant du reflet de la création musicale depuis les années 40 jusqu'à aujourd'hui : de Benjamin Britten pour les anglais, Peter Eötvös, György Kurtág, György Ligeti pour les hongrois, Luciano Berio et Luigi Nono pour les italiens, Witold Lutoslawski ou Krzysztof Penderecki pour les polonais, aux américains John Adams, Aaron Copland ou George Gershwin en passant par la finlandaise Kaija Saariaho ou l'estonien Arvo Pärt. Portraits, documentaires, analyses des œuvres mais aussi enregistrements d'œuvres constituent ce « catalogue contemporain ».

Exemple remarquable d'une série d'initiation à la musique contemporaine produite entre 1995 et 1998 :

**Collection Piano du XXème siècle** : 4 x 30' – E. Coronel / A de Mezamat ; pianiste P-L Aimard  
Analyses-concerts d'œuvres majeures pour piano de 1944 à 1985

- *Klavierstück IX* de Karlheinz **Stockhausen**
- *La Bouscarle* (catalogue d'oiseaux n°IX) d'Olivier **Messiaen**
- *Première Sonate pour piano* de Pierre **Boulez**
- *Etudes pour piano* de György **Ligeti**

En 2003, ARTE France a produit 3 portraits de compositeurs contemporains qui seront diffusés en 2004. Henri Dutilleux et Pascal Dusapin, deux générations de compositeurs français et Philip Glass pour l'approche d'un compositeur contemporain américain qui est d'autre part, dans l'imagerie ingrate et austère que véhicule bien malgré elle la musique contemporaine, une figure plus populaire auprès des téléspectateurs puisqu'il est « re » connu auprès du grand public pour ses musiques de films.

ARTE qui ne s'est jamais montrée frileuse dans ses choix de coproduction sait même se montrer audacieuse, particulièrement dans le domaine du spectacle vivant et de l'opéra. C'est ainsi que la chaîne retransmettait l'été dernier depuis le Festival de Salzbourg la 1<sup>ère</sup> mondiale de *L'Upupa, le triomphe de l'amour filial* création du compositeur allemand Hans Werner Henze. La chaîne fut la seule en juillet 2003 à rendre hommage au grand compositeur italien Luciano Berio disparu le 27 mai dernier.

Pour certains, ces films ont contribué au rayonnement national et international du compositeur, avant tout au travers des différents supports presse qui accompagnent leur diffusion sur l'antenne d'ARTE (partenariats avec des magazines musicaux, hebdo TV, dossiers internet qui permettent une meilleure « exposition – promotion » du compositeur), soit qu'ils aient fait l'objet d'un mandat de distribution internationale aux retombées positives, soit enfin par la présentation des films dans divers festivals français et internationaux où il n'est pas rare que les coproductions d'ARTE soient primées, encore récemment dans le domaine de la musique contemporaine avec un FIPA d'Argent pour le film de Michel Follin sur Pascal Dusapin.

La série **Musique de film**, met également à l'honneur des compositeurs contemporains : **Bernard Herrmann, Toru Takemitsu, Georges Delerue, Joseph Kosma, Zhao Jiping**

La musique contemporaine est également largement présente sur l'antenne d'ARTE au travers des nombreux programmes de danse contemporaine – cadre d'expression par excellence de la musique contemporaine - diffusés par la chaîne, et nous pouvons ajouter à la liste de nos compositeurs des noms comme ceux de **Steve Reich, John Cage, René Aubry, Henri Torgue, Serge Houpin, Bernard Cavanna, Thierry De Mey, Gabriel Yared, Manos Hadjidakis, Than van Thiet, Adolphe Adam...**

Autre forme permettant de faire entendre différemment la musique : la danse. La beauté visuelle de l'expression chorégraphique soutient plus richement l'écoute d'œuvres contemporaines.

**A titre d'exemple, voici la liste des diffusions prévues en 2004 :**

4/09 ARTE F Portrait de Philip Glass – **Looking Glass**

16/10 ARTE F Portrait d'Henri Dutilleux - **Dutilleux, à portée de voix**

6/11 ARTE F Portrait de Pascal Dusapin – **Pascal Dusapin, l'être en musique** FIPA d'Argent 2004

17/04 ZDF Portrait de **Heiner Goebbels**

27/03 : ZDF opéra : "Klinghoffer" – **John Adams**

Enregistrement au mois de mai 2004 à Vienne d'œuvres de Schoenberg (Pierrot Lunaire), Stravinski (Le Renard) et Manuel de Falla (Les tréteaux de Maître Pierre)

Tous ces programmes sont diffusés à des heures décentes.

## La Musique à TV5

Un des axes stratégiques de TV5, c'est la diversité culturelle et la musique occupe une place à part entière dans cette politique. Elle se révèle ainsi une des vitrines de cette bigarrure revendiquée avec force par la chaîne.

Les programmes musicaux participent à l'exportation de la chanson française et francophone. Par ailleurs, le vidéoclip sous-titré se révélant un outil plébiscité par les enseignants comme support d'apprentissage du français, la musique à TV5 contribue pleinement au rayonnement de la langue de Molière à travers le monde.

TV5 produit elle-même deux émissions musicales hebdomadaires – Acoustic et L'Invité Musique – et diffuse 500 clips originaux par an sur 6 réseaux, soit environ 9.000 passages.

A partir du 31 janvier 2004, la chaîne accentue son effort avec une nouvelle case hebdomadaire de 52' à dominante classique et un 26' hebdomadaire sur la variété africaine.

TV5 rediffuse également sur tous ses réseaux des émissions de ses partenaires, à fort contenu musical.

L'antenne est valorisée par un site Internet sécurisé. Par ailleurs, depuis l'origine, TV5 entretient d'excellents rapports de partenariat avec les différents organismes de gestion des droits.

### I – La musique à l'antenne

#### **A/ les productions TV5**

**ACOUSTIC**, l'émission des rythmes du monde (26' hebdo) fait jouer des artistes en acoustique, c'est à dire dans les conditions du direct, sans play-back ni bande son. Il en résulte un son de plus en plus rare, apprécié des téléspectateurs mais aussi des artistes qui s'investissent dans l'émission en chantant quatre titres.

La programmation très éclectique va du « Top 50 » franco-français à la « world musique ».

Acoustic a ainsi reçu ou recevra très prochainement, Julien Clerc, Jane Birkin, Charlélie Couture, Juliette Greco, Bernard Lavilliers et aussi l'algérien Faudel, la malienne Rokia Traore, la marocaine Sofia Mestari, le cubain Raoul Paz, le sénégalais Lokua Kanza, etc...

Acoustic se déplace également sur les concerts de certains de ses invités à l'instar d'Indochine, Zazie, David Bowie, Youssou N'Dour, etc...

Il y a une quarantaine d'émissions par an et 160 titres présentés.



**L'INVITE MUSIQUE** (12', hebdo), le dimanche après-midi est le plus ancien des rendez-vous musicaux de TV5. C'est une émission plutôt intimiste où Patrick Simonin pousse à la confiance des grands noms de la chanson française et francophone. Pour la saison 2003 – 2004 on peut citer Enrico Macias, Sacha Distel, Natasha Saint-Pier, Nolween Leroy, Linda Lemay, Serge Reggiani, Juliette Greco... Dans certains cas (Henri Salvador, Charles Aznavour) l'émission est double, programmée en deux parties, samedi et dimanche.

Pour le choix des invités, l'émission se veut en dehors des modes, des tendances ou du parisianisme.

**La diffusion de vidéoclips** à travers notamment « Paroles de Clip » (hebdo), avec trois clips sous-titrés en français dont l'un est associé à l'enseignement de notre langue ; le « Clip Prestige » (un passage par jour pendant une semaine) et un rendez-vous de musique électronique (hebdo), soit, par an, environ 500 clips originaux diffusés sur 6 réseaux (9.000 passages).

Compte-tenu de nos contraintes budgétaires et du coût élevé des droits en France, TV5 a privilégié la musique à l'exportation et ne diffuse plus de clips sur le signal FBS.

**SODA** (émission hebdomadaire pluriculturelle) contient des sujets qui mettent en avant des musiciens de culture métissée exerçant leurs talents à Paris.

## **B / Nouveautés**

Deux grandes nouveautés arrivent sur les antennes de TV5 à partir du 31 janvier 2004 :

- une case hebdo de 52' à dominante classique avec en alternance « Musiques au Cœur » d'Eve Ruggieri (reprise de France 2) et un documentaire historique ou biographique sur un grand nom de la musique, voir des films d'archives...
- un 26' hebdo, « Star Parade » consacré à l'actualité de la variété africaine.

## **C / Émissions partenaires, achats et partenariats**

TV5 diffuse et valorise ainsi des programmes musicaux (ou ayant un contenu musical) de ses chaînes partenaires.

Parmi les émissions régulièrement rediffusées on trouve « Vivement Dimanche » (France 2), « La Chanson n°1 » (France 2), « Le Plus Grand Cabaret du Monde » (France 2), « Musiques au Cœur » (France 2), « Spéciale Question pour un Champion » (France 3). Également au menu des événements comme le « Concert de Noël au Palais Royal (RTBF), le Festival International de Jazz de Montréal, Jacques Brel, s'Il Vous Plait (TV5 Québec Canada), les Coups de Cœur d'Alain Morisot (TSR).

TV5 achète aussi des programmes : « La Belle Hélène », Julia Migenes Johnson, les meilleurs moments de Fès 2003, les grandes voix soufies d'Alep, Youssou N'Dour...

TV5 est partenaire de plusieurs festivals : Fès, Montreux, Essaouira, Baalbeck... La chaîne est également partenaire de tournées d'artistes à l'instar de Patricia Kaas en Asie et Europe de l'Est ou Bernard Lavilliers en Amérique Latine.

## II – Le site Internet

Le site Internet prolonge l'antenne et pérennise son côté éphémère. C'est l'équipe musique qui par ses choix éditoriaux alimente le site, renforçant cohésion et synergies. La rubrique musique permet ainsi d'apporter une série de valeurs ajoutées :

1. Revoir à la demande et gratuitement des extraits de clips diffusés à l'antenne, représentant 250 artistes et 550 extraits de clips. En 2003, on a compté 1.150.000 consultations d'extraits de clips.

Il convient ici de préciser que le site de tv5 est solidement armé contre le piratage. La technologie de diffusion d'extraits de clips ne permet aucun téléchargement ni enregistrement. Seule la consultation est possible.

2. L'archivage d'un catalogue musical éclectique.
3. Un aspect encyclopédique à travers biographie, discographie, agenda mondial des tournées d'artistes, le tout réactualisé en permanence.
4. L'interactivité avec un jeu par semaine permettant de gagner 10 CD de l'invité d'Acoustic ainsi que la possibilité de voter en faveur de clips de grandes vedettes. Les clips plébiscités peuvent se retrouver à l'antenne et l'internaute devient alors programmateur.
5. Pour la collection « Cités du Monde » le site présente un panorama de la création musicale dans le pays concerné.
6. La musique se retrouve bien sûr dans l'annuaire des meilleures ressources francophones avec une liste de sites susceptibles de promouvoir la création francophone.

Par ailleurs, TV5 s'interroge sur la possibilité de faire de son site une porte d'entrée pour l'exportation de la musique francophone. Les internautes du monde entier, même dans les zones les plus reculées, pourraient ainsi, en toute légalité, acheter des disques en ligne. La réflexion est en cours sur la faisabilité d'un tel projet.

## III – Musique et enseignement du français

Le clip s'avère un outil idéal pour l'apprentissage d'une langue. Ainsi « Paroles de clips » est le programme le plus utilisé de notre antenne en classe de français à

travers le monde. Le clip apparaît clairement comme le programme le plus motivant pour les élèves.

Parmi les atouts du clip sous-titré en français :

- c'est un document court et facile d'utilisation dès le niveau débutant,
- la diffusion régulière de 3 clips par semaine, leur programmation à heure fixe, les rend facilement enregistrables,
- la diffusion est complétée sur le site Internet par une fiche pédagogique (réalisée par le CAVILAM- Centre Audiovisuel de Langues Modernes), les textes des chansons et la possibilité de visionner un extrait du clip.

Une première expérience d'utilisation de la télévision avec un clip est toujours concluante et pousse l'enseignant à se diriger vers d'autres émissions.

Les « clips pour apprendre » constituent un des principaux produits d'appel du dispositif d'appui du Ministère des Affaires Etrangères à l'enseignement du français.

La diffusion de ces clips « soulage » le Ministère dans sa politique d'envoi de cassettes, les enseignants, quand ils le peuvent, étant de plus en plus invités à regarder TV5 et à utiliser leur magnétoscope.

Il convient par ailleurs de signaler que TV5 musique produit pour le compte du Ministère des Affaires Etrangères, des compilations de clips sous-titrés en français (intégrale de Patrick Bruel , l'Amour en Chanson, une spéciale Rap ...).

5.000 exemplaires sont ainsi distribués dans le monde entier avec pour chaque titre, une fiche pédagogique ad hoc.

#### IV – Le partenariat avec les organismes de gestion des droits

Dès l'origine, TV5 a entretenu d'excellents rapports avec les sociétés de gestion collective : sociétés d'auteurs, d'artistes interprètes ou producteurs de vidéogrammes et phonogrammes.

- 1) Il existe ainsi, depuis la création de la chaîne, des accords généraux pour la diffusion satellitaire des programmes de TV5, dans le monde entier, avec la SACEM-SDRM, la SCAM- SACD et les SCPP et SPPF.
- 2) Au titre de la câblo-distribution, TV5 a signé des accords avec des sociétés d'auteurs dans une quinzaine de pays. Par ailleurs, de nombreux pays, notamment en Afrique francophone, sont couverts par l'accord de base avec la SACEM.  
Enfin, des accords ont été signés avec des sociétés de producteurs en Allemagne, aux Pays-Bas et en Norvège.
- 3) Des accords du même type existent désormais pour la diffusion d'extraits de clips sur le site internet.

On l'aura compris : TV5 a beaucoup de musique en elle pour faire chanter ,aux quatre coins du monde, tous les sons de la francophonie.

**Annexe 6**  
**Synthèse des réponses des membres du groupe de**  
**travail suite à la remise du rapport d'étape en juillet 2004**

**Annexe 7**  
**Courrier d'envoi du pré-rapport par Véronique Cayla et réponses des**  
**membres du groupe de travail**

