

## **Consultation publique préalable au lancement d'un appel aux candidatures pour des services de télévision locale par voie hertzienne terrestre en mode numérique dans le département de la Martinique**

### **Le développement de la télévision numérique terrestre outre-mer**

Les dispositions combinées, d'une part, de la loi n° 2009-258 du 5 mars 2009 relative à la communication audiovisuelle et au nouveau service public et, d'autre part, de l'ordonnance n° 2009-1019 du 26 août 2009 étendent et adaptent le cadre juridique de la télévision numérique de terre aux spécificités des départements, des collectivités d'outre-mer régies par l'article 74 de la Constitution et de la Nouvelle-Calédonie.

Dans la continuité des recommandations du « *Rapport sur les modalités de développement de la télévision numérique dans les collectivités d'outre-mer* » rédigé par M. Alain Méar, membre du Conseil supérieur de l'audiovisuel, au terme d'une large consultation des différents acteurs de l'audiovisuel, et remis au Gouvernement le 3 juillet 2008, ces dispositions permettent au Conseil supérieur de l'audiovisuel d'autoriser, **hors appel aux candidatures, un premier multiplex de dix chaînes**, issu de la numérisation des fréquences de Tempo et qui pourrait être constitué des chaînes suivantes : Télé Pays, France 2, France 3, France 4, France 5, France Ô, Arte, France 24, LCP-AN/Public Sénat et une chaîne locale existante. Lorsque la ressource radioélectrique disponible sur le premier multiplex n'est pas suffisante pour satisfaire l'ensemble des demandes, compte tenu de l'exercice du droit d'usage de la ressource radioélectrique par application de l'article 26, le Conseil autorise les éditeurs de services locaux en tenant compte de l'antériorité de leur autorisation, de l'étendue de la zone géographique couverte par voie hertzienne terrestre en mode analogique et de la réponse de leur offre aux attentes du public le plus large. Il privilégie les services ne faisant pas appel à une rémunération de la part des usagers.

Ces dispositions font également obligation au Conseil supérieur de l'audiovisuel de procéder, au plus tard le 31 décembre 2009, à une consultation publique en vue de planifier un nombre suffisant de canaux pour assurer la couverture des bassins de vie ultramarins en mode numérique hertzien et d'autoriser, **à l'issue d'un appel aux candidatures spécifique à chaque collectivité, de nouveaux services de télévision locale appelés à être diffusés soit dans le premier multiplex dans les collectivités où il n'existe pas de chaîne locale, soit dans le deuxième multiplex** dans le cas contraire. Une part de la ressource radioélectrique du deuxième multiplex sera réservée aux services de télévision locale qui n'ont pas pu bénéficier de leur droit de reprise au sein du premier multiplex et, en complément, à la diffusion d'une ou deux chaîne(s) publique(s) en haute définition.

Cette consultation concerne également les chaînes de télévision privées gratuites autorisées en mode numérique sur le territoire métropolitain pour lesquelles le Conseil lancera, le moment venu, un appel aux candidatures, car elles ont vocation à constituer **le troisième multiplex**.

La consultation publique, prévue au paragraphe VI de l'article 96 de la loi du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication

Le Conseil procède, conformément au VI de l'article 96 de la loi du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication, à une consultation publique en vue de planifier un nombre suffisant de canaux pour assurer la couverture, en mode numérique hertzien, des bassins de vie ultramarins et la diversité des éditeurs de services à vocation locale et de nouveaux services diffusés en haute définition, ainsi que la reprise des services de télévision diffusés par voie hertzienne terrestre en mode numérique sur le territoire métropolitain. A l'issue de cette consultation, le Conseil supérieur de l'audiovisuel lancera un appel aux candidatures selon les modalités de l'article 30-1 de la loi précitée, pour des services de télévision locale en mode numérique dans le département de la Martinique, en réservant une partie de la ressource à des services diffusés en haute définition.

## I. L'organisation de la consultation

Les acteurs du secteur des communications électroniques, en particulier ceux qui sont concernés par le prochain appel aux candidatures pour des services de télévision locale en mode numérique ayant vocation à être diffusés sur le deuxième multiplex, ou ceux qui diffusent un service de télévision numérique gratuite sur le territoire métropolitain et ont vocation à constituer le troisième multiplex, sont invités à faire connaître leurs remarques et réflexions avant **le 31 janvier 2010** :

- soit par voie postale au **Conseil supérieur de l'audiovisuel, 39/43, quai André Citroën, Tour Mirabeau, 75015 Paris** ;
- soit par courriel à l'adresse [consultationmartinique@csa.fr](mailto:consultationmartinique@csa.fr).

Les réponses seront considérées comme publiques. Leur synthèse sera publiée sur le site Internet du CSA ([www.csa.fr](http://www.csa.fr)), à l'exception des éléments dont la confidentialité sera explicitement demandée par le contributeur. Le CSA appréciera les suites à réserver à ces réponses.

## II. Eléments de contexte

### 1. Paysage radiophonique

Le paysage radiophonique comporte au total 91 fréquences réparties entre le service public : *Radio Martinique* (10 fréquences), *France-Inter* (7 fréquences) et 34 services de radio privés (74 fréquences).

Catégories	Nombre d'opérateurs	Nombre de fréquences
Radios associatives (cat. A)	20	33
Radios commerciales (cat. B)	14	41
<b>Sous-total :</b>	<b>34</b>	<b>74</b>
<i>RFO-Radio Martinique</i>	<i>SP</i>	<i>10</i>
<i>RFO-France-Inter</i>	<i>SP</i>	<i>7</i>
<b>Total :</b>	<b>36</b>	<b>91</b>

## 2. Paysage télévisuel

Quatre télévisions hertziennes émettent en analogique par voie hertzienne terrestre en clair :

- *Antilles Télévision (ATV)* diffuse, par voie hertzienne terrestre en clair en mode analogique, un programme local d'information générale complété par des émissions de TF1 et de M6. Son réseau terrestre hertzien comporte 4 fréquences et couvre la quasi totalité du département de la Martinique. La chaîne est également diffusée par Canalsatellite. La résorption des zones d'ombres se fait par voie satellitaire ;
- *KMT* diffuse un service de télévision associatif à vocation sociale et éducative par voie hertzienne terrestre en mode analogique sur 4 fréquences et couvre également la quasi totalité du département de la Martinique. Elle n'est pas distribuée par Canalsatellite ;
- Le service public diffuse par voie hertzienne terrestre analogique deux chaînes de télévision, *Télé Martinique* et *Tempo*. Ces chaînes, qui couvrent l'ensemble de l'île, sont également disponibles par satellite.

### Télévision payante

La chaîne cryptée par abonnement *Canal + Antilles* est disponible en hertzien et sur le satellite.

Le taux de pénétration du satellite s'établit à 58,6 % des 164 945 foyers en Guadeloupe et à la Martinique (Canalsatellite Caraïbes) ou Canalsatellite propose un bouquet de 68 chaînes de télévision et 10 chaînes de radio.

*MTV Câble*, présent dans 14 communes sur 34, dessert 60 % de la population avec un bouquet de 40 chaînes. Le câblo-opérateur numérise son réseau afin de commercialiser, en qualité numérique, des bouquets composés des chaînes métropolitaines, des chaînes de RFO et des chaînes privées locales.

### III. Marché publicitaire

#### Martinique

Support		<u>Principales données économiques</u>	
<u>Radio</u>	<u>6 070 (15,1 %)</u>	PIB 2008 7 900 M€	<p>PIB 2006 : 7 648 M€</p> <p>PIB 2004 (compte définitif) : 17 329 €</p> <p>PIB par habitant en 2006 (estimation Insee) : 19 050 €</p> <p>Importations : 2 381 M€</p> <p>Exportations : 736 M€</p> <p>Chômage : 22,4 %</p> <p><u>Population</u> : 401 000 habitants</p> <p>(Source : Insee, TER 2007-2008, rapport annuel lédom 2009)</p> <p><u>Secteurs d'activité</u> : secteur tertiaire avec un poids important du commerce, BTP (ventes de ciment s'inscrivant en hausse de plus de 10 % en 2006), banane (2 891 570 quintaux en 2004), la canne à sucre (165.096 tonnes de cannes broyées en 2006), le rhum, le melon, l'ananas, services (50 % des 3 426 créations d'entreprises), tourisme (655.213 touristes en 2006).</p> <p>(Source : Insee TER 2007-2008, Rapport annuel d'lédom 2009)</p> <p><u>Parts d'audience du lundi au dimanche (pda) :</u></p> <p>Télé Martinique (RFO1) 24,6 % au lieu de 34 % en 2008</p> <p>Tempo (RFO2) 4,1 % au lieu de 3,6 % en 2008</p> <p>ATV 17,4 % au lieu de 14,9 % en 2008</p> <p>KMT 4 % au lieu de 1,6 % en 2008</p> <p>TF1 7,4 % au lieu de 7,0 % en 2008</p> <p>M 6 5,3 % au lieu de 4,8 % en 2008</p> <p>Radios privées commerciales 68,3 % au lieu de 59,9 % en 2008</p> <p>Radios privées associatives 7,3 % au lieu de 13,5 % en 2008</p> <p>Radios de service public 23,3 % au lieu de 25,2 % en 2008</p> <p>(Source : Médiamétrie, vague janvier-juin 2009)</p>
Dont radios privées	5 600		
dont RFO radio : -parrainage	131		
-publicité	545		
<u>Télévision</u>	<u>9 100 (22,9 %)</u>		
RFO TV: -parrainage	662 (0,1 %)		
-publicité	4 856 (8,5 %)		
ATV :	3 700 (10,2 %)		
KMT :	61 (0,1 %)		
<u>Affichage</u>	<u>5 300 (13,5 %)</u>		
<u>Presse</u>	<u>19 000 (48,5 %)</u>		
<b>Sous-total marché média :</b>	<b>39 470 (100 %)</b>		
Mailing/ Hors média	11 250		
Annuaire	6 000		
<b>TOTAL :</b>	<b>56 720</b>		

Sources : Estimations groupe Hersant, FTV Outre-mer, RFO, Canal Overseas, CSA

#### **IV. QUESTIONNAIRE**

Le Conseil supérieur de l'audiovisuel souhaite recueillir vos commentaires sur les points suivants :

##### **A – Ressource disponible et population desservie**

1. Disposez-vous d'études techniques sur la couverture télévisuelle de la Martinique que vous souhaiteriez porter à la connaissance du Conseil ?
2. Quelle zone souhaitez-vous desservir par voie hertzienne terrestre en mode numérique ? Prévoyez-vous un complément de couverture par le câble numérique ou par le satellite ?
3. Quelles sont les caractéristiques techniques des services que vous envisagez de diffuser ?
4. Si votre service est déjà reçu par voie hertzienne terrestre à la Martinique, êtes-vous satisfait de la qualité de réception de votre programme ? Si non, quelles sont les zones présentant des problèmes de réception ? Si vous les avez identifiées, quelles en sont les causes, à votre avis : site d'émission inadapté, puissance d'émission insuffisante, zone d'ombre due au relief, etc. ?
5. Serez-vous candidat à la diffusion, sur le troisième multiplex à la Martinique, si vos programmes sont disponibles sur la TNT en métropole ?
6. Considérez-vous qu'il serait nécessaire de prendre des mesures particulières pour faciliter la réception de la télévision en portabilité ou en mobilité et, si oui, lesquelles ?
7. Pensez-vous utile et nécessaire de réserver une part de la ressource, sur un ou plusieurs multiplex, pour diffuser des services de radio ?

##### **B – Éléments économiques et catégories de services**

8. Quel montant de recettes publicitaires un service de télévision locale pourrait-il générer ? Quelles sont vos évaluations du marché publicitaire pour le financement de la TNT à la Martinique ?
9. A quel montant estimez-vous le budget d'investissement et de fonctionnement d'un service de télévision en mode numérique sur le territoire de la collectivité (notamment des frais de diffusion, le cas échéant des frais de transport du signal) ?
10. Quel type d'équilibre doit être recherché entre les différents modèles économiques : chaînes associatives, chaînes commerciales privées locales et

nationales, chaînes portées par des collectivités locales, chaînes régionales financées par la publicité ?

11. Quel type de programmation envisagez-vous : chaîne musicale, chaîne d'information générale, chaînes de services, données associées, etc. ?
12. Dans quelle mesure des chaînes thématiques ou communautaires pourraient-elles se développer à la Martinique ?
13. Combien de chaînes diffusées en mode numérique par voie hertzienne terrestre jugez-vous possible de mettre en place et de quel format ?
14. Le programme que vous envisagez de diffuser par voie hertzienne terrestre en mode numérique est-il déjà disponible sur un autre support ou dans une autre zone géographique ?
15. Souhaitez-vous que l'appel aux candidatures envisagé soit ouvert aux services à temps partagé ?

## **Annexe : Eléments juridiques et économiques**

### 1. Définition d'un service de télévision

En application des dispositions du 4ème alinéa de l'article 2 de la loi du 30 septembre 1986 modifiée, est considéré comme service de télévision : « tout service de communication au public par voie électronique destiné à être reçu simultanément par l'ensemble du public ou par une catégorie de public et dont le programme principal est composé d'une suite ordonnée d'émissions comportant des images et des sons ».

Ces services de télévision peuvent, en application des dispositions de l'article 30-1 de la loi du 30 septembre 1986, être accompagnés, le cas échéant, de données associées destinées à enrichir et à compléter le programme de télévision.

### 2. Les différents types de personnes morales

La loi n° 2004-669 du 9 juillet 2004 a étendu la liste des personnes morales susceptibles d'être candidates à l'exploitation d'un service de télévision diffusé par voie hertzienne terrestre en mode numérique. Le 1er alinéa du II de l'article 30-1 de la loi du 30 septembre 1986 modifiée prévoit désormais que "les déclarations de candidature sont présentées par les éditeurs de services constitués sous forme de société commerciale, y compris de société d'économie mixte locale ou de société coopérative d'intérêt collectif, ou d'établissement public de coopération culturelle ou d'association [...]".

Les personnes morales titulaires d'autorisations sont tenues de respecter le dispositif anti-concentration fixé par la loi du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication.

### 3. Les caractéristiques de la programmation

Les services de télévision privés à vocation locale devront diffuser quotidiennement un volume minimum d'émissions d'expression locale.

Par « expression locale », il faut entendre :

- les émissions dont le sujet s'inspire de la réalité sociale, économique ou culturelle de la zone géographique pour laquelle l'appel à candidatures est lancé ;
- les émissions représentant un intérêt pour le téléspectateur en tant qu'habitant de la zone couverte par le service ;
- les émissions reflétant une thématique ayant un lien avec d'autres zones géographiques.

### 4. Les modes de financement

Plusieurs modes de financement sont susceptibles d'être mis à contribution par le service :

#### - le financement public

Les projets d'initiative publique locale et les projets associatifs ont vocation à accéder au financement public, sous la forme d'aides publiques, notamment dans le cadre précisé par l'article L.1426-1 du Code général des collectivités territoriales, dans le respect des dispositions communautaires relatives aux aides d'Etat (cf. circulaire du Premier ministre du 26 janvier 2006 relative à l'application au plan local des règles communautaires de concurrence relatives aux aides publiques aux entreprises - JO du 31 janvier 2006).

#### - le financement publicitaire

La loi permet à toutes les chaînes locales d'être financées par la publicité et le parrainage, dans les limites fixées par le décret n° 92-280 du 27 mars 1992. Notamment, les durées maximales consacrées à la diffusion des messages publicitaires ne peuvent être excéder douze minutes par heure d'antenne en moyenne quotidienne sans excéder quinze minutes pour une heure donnée pour les services destinés uniquement au territoire national et qui ne peuvent être reçus, directement ou indirectement, dans un ou plusieurs autres Etats membres de l'Union européenne.

Il incombe au CSA d'équilibrer le recours aux divers modes de financement à travers la sélection qu'il opérera afin de garantir la viabilité économique de toutes les chaînes sélectionnées.

Notamment, le CSA devra prendre en compte des perspectives de recettes publicitaires raisonnables, en veillant à ce que le nombre de projets sélectionnés n'excède pas le potentiel du marché et ne déstabilise pas les autres médias.

Par ailleurs, il devra tenir compte d'éventuelles candidatures de chaînes payantes, qui permettraient de diversifier les modes de financement des chaînes sélectionnées, tout en respectant la priorité accordée par la loi aux chaînes gratuites et en considérant les défis financiers que devraient relever d'éventuels projets de chaînes payantes locales.

#### 5. Les conditions de diffusion

Les appels aux candidatures préciseront la ressource radioélectrique pouvant être attribuée (zone géographique, sites, principale ville desservie, canal), ainsi que la couverture estimée de ces fréquences. Les signaux diffusés devront être conformes aux dispositions de l'arrêté du 24 décembre 2001 modifié relatif à la télévision numérique hertzienne terrestre fixant les caractéristiques des signaux émis. Ils devront en particulier être conformes à la norme DVB-T, **avec codage MPEG-4** pour les services gratuits de définition standard, conformément à la modification de l'arrêté qui devrait être publiée prochainement. Les signaux diffusés devront également être conformes au document établissant les « services et le profil de signalisation pour la diffusion de la TV numérique de terre », disponible sur le site Internet du CSA.