



CONSEIL SUPÉRIEUR DE L'AUDIOVISUEL

Consultation publique



Consultation publique
relative à la plateforme TNT
en Île-de-France

Janvier 2021



Modalités de participation à la consultation publique

Les acteurs intéressés peuvent adresser une contribution **au plus tard le 3 mars 2021** à minuit (heure de Paris) par voie électronique au Conseil supérieur de l'audiovisuel à l'adresse électronique : aactnt@csa.fr avec l'objet de message « *Consultation TNT Île-de-France* ».

Il est rappelé que les contributions peuvent faire l'objet d'une publication et que les contributeurs doivent expressément indiquer au Conseil les données qui pourraient, selon eux, relever du secret des affaires.

Les informations à caractère personnel recueillies dans le cadre de cette consultation publique font l'objet d'un traitement destiné à l'examen des contributions et au recensement des contributeurs. Pour en savoir plus sur la gestion des données et le droit des personnes concernées, vous êtes invités à vous référer à l'annexe 3 de la présente consultation.



Présentation

En réponse à la demande de la ministre de la culture, le Conseil supérieur de l'audiovisuel a, par la décision n°2020-949 du 16 décembre 2020, abrogé, à compter du 31 mars 2021, l'autorisation accordée à la société France Médias Monde pour la diffusion par voie hertzienne terrestre du service France 24 en Île-de-France. L'abrogation de cette autorisation rendra disponible une ressource radioélectrique de 160 millièmes (au sens de la délibération du 25 juillet 2006 du Conseil relative à la fixation des règles de partage de la ressource radioélectrique pour les multiplex de télévision numérique hertzienne terrestre) sur le multiplex Multi 7 en Île-de-France, à partir du 1^{er} avril 2021, permettant la diffusion d'une chaîne en haute définition sur cette zone¹.

La présente consultation publique vise à recueillir les observations des parties intéressées sur l'impact d'une possible affectation de cette ressource et sur les modalités de mise en appel de celle-ci, le cas échéant.

État des lieux des médias audiovisuels en Île-de-France

1. Le paysage télévisuel

Sept chaînes sont actuellement autorisées par le Conseil à être diffusées localement sur la TNT en Île-de-France :

- l'une d'elle, BFM Paris, est diffusé localement sur le multiplex national R1, sur une zone comparable à celle couverte par le multiplex local Multi 7 ;
- les autres, IDF1, ViàGrandParis, France 24 (jusqu'au 31 mars 2021), BDM TV, Demain !, IDF et Télé Bocal, se partagent la ressource du multiplex Multi 7. Parmi ces chaînes, trois sont à temps complet et trois à temps partiel².

Le tableau ci-dessous rappelle, pour chacune d'elles, le format et les genres dominants, ainsi que la durée quotidienne de diffusion de chaque chaîne.

En dehors de ces chaînes de la TNT, qui sont par ailleurs reprises sur des réseaux non hertziens, deux autres chaînes conventionnées par le Conseil, diffusées uniquement sur les réseaux non hertziens, traitent également de l'actualité en Île-de-France : vià93 et TV 78.

¹ La couverture du multiplex local Multi 7 est rappelée à l'annexe 1.

² Par décision n°2020-862 du 16 décembre 2020, un appel aux candidatures a été lancé pour attribuer un créneau en haute définition sur la plage horaire de 6h à 9h du canal exploité en temps partagé.



Service	Format / Genres dominants	Durée de diffusion
BFM Paris	Information locale et régionale en continu	Temps complet
IDF1	Fictions, magazines et divertissements	Temps complet
Via Grand Paris	Information locale et régionale, magazines	Temps complet
France 24 (jusqu'au 31 mars 2021)	Information internationale en continu	Temps complet
BDM TV	Magazines et vidéomusiques consacrés à la diversité	Temps partagé 9h – 13h
Demain ! IDF	Magazines et émissions de plateau consacrés à l'emploi et la formation	Temps partagé 13h – 22h30
Télé Bocal	Magazines et fictions	Temps partagé 22h30 – 1h (1h30 le dimanche)

2. Le paysage radiophonique

a) Les radios autorisées en FM

En Île-de-France, 72 éditeurs sont autorisés à diffuser leurs programmes sur 145 fréquences réparties dans 20 zones de planification.

Répartition des éditeurs par catégorie de radio³ en Île-de-France

Par catégorie	A	B	C	D	E	Total
Nombre d'éditeurs	30	17	2	19	4	72
Nombre de fréquences	32,5	33	2	57,5	20	145

Source : CSA

³ Les catégories de radios correspondent aux caractéristiques suivantes :

- Catégorie A - services de radio associatifs accomplissant une mission de communication sociale de proximité.
- Catégorie B - services de radio locaux ou régionaux indépendants ne diffusant pas de programme à vocation nationale.
- Catégorie C - services de radio locaux ou régionaux diffusant le programme d'un réseau thématique à vocation nationale.
- Catégorie D - services de radio thématiques à vocation nationale.
- Catégorie E - services radiophoniques généralistes à vocation nationale.



Les groupes radiophoniques du Bureau de la radio y sont tous représentés, selon la répartition suivante :

- NRJ Group avec 19 fréquences, soit 13 % des fréquences attribuées ;
- M6 avec 14 fréquences, soit 9,6 % des fréquences attribuées ;
- Lagardère avec 13 fréquences, soit 8,9 % des fréquences attribuées ;
- Altice avec 7 fréquences, soit 4,8 % des fréquences attribuées ;

Des groupes indépendants sont également présents, dont les suivants qui ont le plus de fréquences :

- Groupe HPI avec 13 fréquences, soit 8,9 % des fréquences attribuées ;
- Groupe 1981 avec 11 fréquences, soit 7,5 % des fréquences attribuées ;
- Espace Group avec 4 fréquences, soit 2,7 % des fréquences attribuées.

7 fréquences sont exploitées en temps partagé en FM en Île-de-France.

b) Les radios autorisées en DAB+

Au 31 décembre 2020, 71 services sont autorisés en Île-de-France : 22 en catégorie en A, 14 en catégorie B, 33 en catégorie D, un en catégorie E et un service de la société nationale Radio France.

Ces services sont autorisés sur les allotissements suivants : un allotissement étendu (couvrant le territoire de l'Île-de-France, de l'Oise, une partie de l'Aisne et de l'Eure-et-Loir), deux allotissements intermédiaires (couvrant chacun le territoire de l'Île-de-France et de l'Oise) et trois allotissements locaux (correspondant à Paris et sa proche banlieue).

Un allotissement DAB+ peut réunir au plus treize services de radio.

Les émissions ont démarré le 20 juin 2014 pour les deux allotissements intermédiaires et les trois allotissements locaux. Pour les services autorisés sur l'allotissement étendu, le Conseil a fixé le début des émissions au 13 avril 2021.



État des lieux financier des services de télévision en Île-de-France

En France métropolitaine, en 2018⁴, le produit d'exploitation des chaînes locales hertziennes⁵ s'élevait à 63,1 M€ (+ 6,9 % en un an). Les éditeurs de chaînes locales hertziennes sur le territoire métropolitain ont cumulé 1,6 M€ de perte d'exploitation en 2018, en réduction marquée depuis 2016.

En 2018, les chaînes locales hertziennes autorisées en Île-de-France enregistraient un produit d'exploitation de 14,5 M€ et une perte d'exploitation cumulée de 1 M€. Au sein de ces chaînes, la situation économique est elle-même très diversifiée.

Les ressources des chaînes locales autorisées en Île-de-France diffèrent de manière significative de la situation métropolitaine s'agissant de la part respective des recettes publiques et des recettes privées. En 2018, les recettes publiques (COM et subventions) représentaient moins de 1 % du total des produits d'exploitation des chaînes locales hertziennes d'Île-de-France (133 K€), contre 42 % au niveau métropolitain. La quasi-intégralité des ressources sont donc issues du secteur privé, et à une très large majorité ne sont pas des ressources publicitaires : distribution, téléshopping, partenariats, co-production, etc. Les recettes publicitaires semblent représenter, d'après les informations dont dispose le Conseil, moins de 10 % de leur produit d'exploitation en 2018, contre 17 % au niveau métropolitain⁶.

Les chaînes ont elles-mêmes des modèles et des niveaux de revenus qui diffèrent de l'une à l'autre⁷. Toutefois, leurs données financières peuvent relever du secret des affaires et ne sont donc pas présentées individuellement.

⁴ Dernières données disponibles. Toutes les données de cette partie proviennent du *Bilan financier des chaînes hertziennes* du CSA, publié le 25 février 2020.

⁵ Seuls les services actifs sans interruption du 1^{er} janvier au 31 décembre de l'année considérée sont comptabilisés dans le bilan financier des chaînes locales hertziennes. Dans cette édition 2018 du bilan, 40 services sont comptabilisés.

⁶ Ces éléments peuvent être mis en regard des dépenses de communication des annonceurs locaux en Île-de-France (tous médias confondus), présenté à l'annexe 2 de la présente consultation.

⁷ Par exemple, la plupart d'entre elles recourent ainsi à la publicité, comme BFM Paris, qui est rattachée à la régie publicitaire Next Media Solutions (achat à la carte ou en pack avec d'autres chaînes du groupe NextRadioTV) ou Demain ! IDF, Vià Grand Paris et IDF 1. A *contrario*, TéléBocal dépend uniquement de ressources publiques. BDM n'émet plus depuis août 2017.



Questions

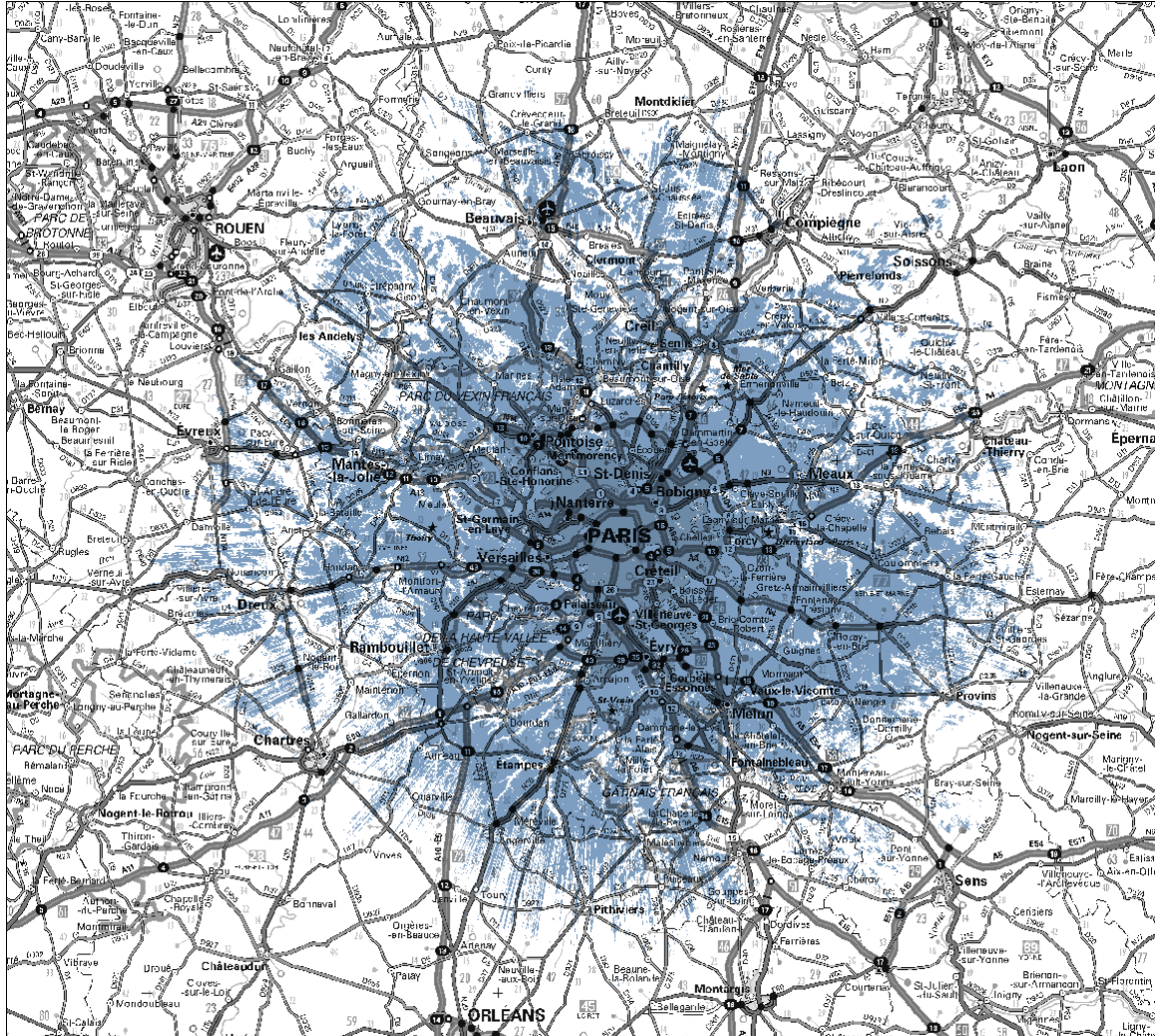
Le Conseil souhaite recueillir l'avis des acteurs sur les questions suivantes :

- Question 1.** **Disposez-vous d'éléments autres que ceux exposés ci-dessus sur l'état des lieux financier des services audiovisuels, le marché publicitaire, et plus globalement les données économiques liées à l'Île-de-France ?**
- Question 2.** **Quel(s) type(s) de nouveau(x) service(s) serai(en)t susceptible(s) d'enrichir la TNT francilienne par rapport aux services existants ? Quel en serait le financement ?**
- Question 3.** **Pour un tel service, quel pourrait être le volume quotidien de programmes dédiés à l'Île-de-France ? Parmi ce volume, quelle pourrait être la part de programmes inédits ?⁸**
- Question 4.** **Quel serait l'impact de l'arrivée d'un nouveau service sur l'ensemble du paysage audiovisuel en Île-de-France et sur le multiplex Multi7 ?**
- Question 5.** **Est-il envisageable de ne pas réattribuer la ressource rendue disponible par l'arrêt de France 24 ? Quelles en seraient alors les conséquences ?**
- Question 6.** **Avez-vous un projet de service à temps complet à vocation francilienne ? Pouvez-vous en préciser le contenu (notamment la part quotidienne de programmes dédiés à l'Île-de-France, dont ceux inédits) et les modalités de financement ? *(la réponse à cette question restera confidentielle)***

⁸ À titre indicatif, on rappelle que, dans le cadre de récents appels aux candidatures pour des services à temps complet, a été fixée une obligation de diffusion d'au moins quatorze heures par jour de programmes locaux et d'une heure par jour de programmes inédits et en première diffusion d'information traitant uniquement de la zone dans laquelle le service est autorisé.

Annexe 1

Carte de couverture du multiplex Multi 7



Population potentiellement couverte sous réserve d'orientation des antennes de réception vers les sites d'émission du multiplex : **environ 11,8 millions d'habitants.**



Annexe 2

Les dépenses de communication des annonceurs locaux en Île-de-France

En Île-de-France et dans les agglomérations limitrophes, les dépenses de communication sont les suivantes :

**Estimation des dépenses de communication des annonceurs
locaux en Île-de-France et agglomérations limitrophes en 2018**
(en millions d'euros)

Total	2 222,3
Presse	264,5
Radio	104,7
Cinéma + TV	26,2
Affichage	167,4
Internet	121,6
Hors-média*	1 158,7
Médias propriétaires**	379,3

Source : France Pub⁹

* *Dépenses hors-média : dépenses de communication et de publicité ne s'appuyant pas sur des supports médias, telles que : annuaires, courriers, prospectus, promotions, événements, relations publiques.*

** *Médias propriétaires : supports de communication contrôlés par les annonceurs eux-mêmes.*

Le marché publicitaire TV et cinéma à Paris est relativement stable et n'a pas connu d'effondrement sur la période 2012-2018. A noter que deux éléments supplémentaires pourraient avoir un impact significatif sur les chaînes de télévisions locales : d'abord la crise sanitaire liée à l'épidémie de coronavirus, et, dans une moindre mesure, l'ouverture du marché à la publicité ciblée.

⁹ Les données dont dispose le Conseil proviennent principalement de France Pub. Elles correspondent aux dépenses de communication nettes effectuées par des annonceurs locaux dans les médias locaux. Les dépenses des annonceurs d'autres régions ou des annonceurs nationaux dans ces médias locaux ne sont pas comptabilisées. Par ailleurs, les dépenses publicitaires en cinéma et télévision sont agrégées pour des raisons méthodologiques propres à France Pub.



Annexe 3

Données à caractère personnel traitées dans le cadre de la consultation publique relative au canal partagé de la plateforme TNT en Île-de-France

La consultation publique lancée par le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA) nécessite la mise en œuvre de traitements de données à caractère personnel gérés par le CSA.

Objet du traitement de données

- **Finalités**

Le traitement a pour objet le recueil et l'analyse des retours effectués dans le cadre de la consultation publique.

Il permet au CSA :

- de recueillir et conserver les contributions relatives au lancement d'un appel sur la ressource vacante en Île-de-France, en vue de leur analyse ;
- le cas échéant, de contacter leurs auteurs pour approfondir les échanges et/ou pour les tenir informés des suites de la consultation ;
- de réaliser un suivi statistique des contributions reçues.

- **Base légale**

Article 6 (1) e du règlement général sur la protection des données - RGPD

Ce traitement de données relève de l'exercice de l'autorité publique dont est investi le CSA en application de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication.

Données traitées

- **Catégories de données traitées**

- Données d'identification (nom, prénom, civilité du contributeur) ;
- Coordonnées (adresse de courrier électronique) ;
- Texte(s) de la ou des contribution(s) ;
- Date et heure de l'envoi de la ou des contribution(s).

- **Source des données**

Ces informations sont directement fournies par le contributeur à la consultation publique.

- **Prise de décision automatisée**

Le traitement ne prévoit pas de prise de décision automatisée.

Personnes concernées

Les personnes concernées sont toute personne physique ou morale souhaitant participer à la consultation publique qui fait l'objet de la présente annexe.



Destinataires des données

- **Catégories de destinataires**

En fonction de leurs besoins respectifs, sont destinataires de tout ou partie des données :

- les membres du CSA,
- la direction des médias télévisuels du CSA,
- le cas échéant, les autres services du CSA concernés.

- **Transferts des données hors UE**

Aucun transfert de données hors de l'Union européenne n'est réalisé.

Durée de conservation des données

Les données d'identification et de contact relatives aux personnes concernées sont conservées cinq ans à compter de la date de fin de la consultation publique.

Sécurité

Les mesures de sécurité sont mises en œuvre conformément à la politique de sécurité des systèmes d'information du CSA.

Droits des personnes

Les personnes physiques citées dans les contributions bénéficient vis-à-vis de leurs données personnelles d'un droit d'accès, de rectification, d'effacement, d'opposition, et de limitation.

Pour toute information ou exercice des droits Informatique et Libertés sur les traitements de données personnelles traitées par le CSA, les personnes concernées peuvent contacter son délégué à la protection des données (DPO) en accompagnant leur demande de la copie de leur titre d'identité :

- à l'adresse électronique suivante : dpo@csa.fr
- ou par courrier signé à l'adresse suivante :

Conseil supérieur de l'audiovisuel
À l'attention du délégué à la protection des données
39-43 Quai André Citroën, 75015 Paris

L'autorité administrative compétente en matière de traitement de données à caractère personnel est la CNIL. Celle-ci peut être saisie de réclamations liées à l'utilisation de données à caractère personnel.