

# TÉLÉVISIONS LOCALES, LE DERNIER GRAND CHANTIER DE L'AUDIOVISUEL

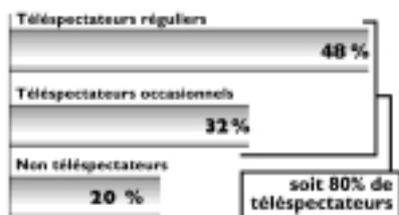
**20** ans après la décentralisation, les télévisions locales confirment leur utilité et sont toujours en croissance. Mais elles sont encore trop peu nombreuses et les conditions de lancement de la TNT ne sont pas favorables à leur développement. Il faut continuer à avancer, grâce au câble.

## Toujours plus

Il est de bon ton de se lamenter sur « l'absence » de télévisions de proximité. Pourtant, depuis 3 ans, on est passé de 61 chaînes en fonctionnement sur le câble à **89**, sans compter les canaux infographiques ! Pour les chaînes hertziennes locales, à l'économie plus difficile, on est passé de 5 à 9 dans le même temps, en France métropolitaine. C'est incontestable, les initiatives se développent partout.

## Audience et impact des chaînes

Oui, elles sont regardées : 79,8% des raccordés au câble sont spectateurs  
 Oui, elles sont appréciées : 80% des spectateurs estiment que leur chaîne locale diffuse des informations fiables et crédibles  
 Oui, elles ont un impact sur la vie locale : 78,1% des spectateurs estiment que la chaîne leur a permis de découvrir la région, ou sortir pour des activités culturelles, ou comprendre la vie politique locale etc. Et ce chiffre passe à 88% pour les jeunes de 15 à 24 ans



## Habitudes d'écoute

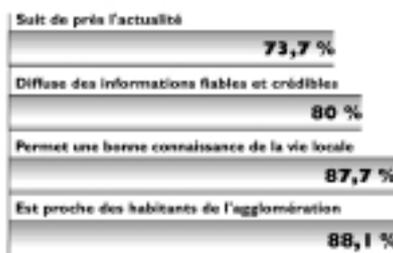
Ce sont les résultats de la deuxième **enquête de Mediametrie**, menée auprès de 7 télévisions locales du

câble, de diverses tailles et régions françaises : TV Rennes, Images + (Epinal), ASTV (Grande-Synthe), Canal 8 (Le Mans), C9 Télévision (Nord Pas-de-Calais), Canal 15 (La Roche-sur-Yon), TV Fil 78 (Saint-Quentin-en-Yvelines).

Elle conforte largement les données de la première enquête de 1999, alors que les chaînes locales sont dans un environnement de plus en plus concurrentiel : en moyenne, les téléspectateurs recevaient 15 chaînes en 1999 et 26 en 2001.

## Le câble en tête

Une enquête économique, menée en 1999, a permis de **quantifier l'importance** des télévisions locales câblées : 120 MF de budgets cumulés (environ 18 millions d'Euros), 3500 heures de production propre, 420 salariés... Cela fait du câble le support non seulement du plus grand nombre de chaînes, mais aussi le premier en termes de chiffre d'affaires et de production.



## Satisfaction

## Les autres supports

Les web-téles locales ont vécu ce qu'ont vécu les starts-up, une saison médiatique. Le haut débit se déve-

loppe trop lentement pour être le support unique d'une chaîne locale. Par contre les chaînes en place utilisent de plus en plus **internet** comme complément de diffusion : plus interactif pour aller chercher son info service, plus étendu pour avoir de l'image loin de sa zone de diffusion...

Côté hertzien, plus de résultats : renaissance de 8 Mont Blanc grâce à la mobilisation de ses spectateurs et des collectivités ; multiplication des télévisions temporaires, du Lubéron à Paris ; investissement de plus en plus important de la Presse Quotidienne Régionale...

Aujourd'hui, le constat est unanime : il faudra une **stratégie « multi-supports »** pour toucher le plus grand nombre.



## Influences sur les pratiques

## Intercommunalité

Ceci est d'autant plus nécessaire qu'un grand mouvement structure la vie publique autour des agglomérations et des pays. La télévision locale devient aussi un outil de construction de cette **nouvelle identité**, au delà de la ville centre. Cette évolution correspond à une logique de contenus, à l'échelle des bassins de vie, mais

supposera de trouver des réseaux de diffusion adaptés, combinant par exemple le câble et le hertzien.

### Service public local

Le changement législatif majeur, c'est la reconnaissance de missions de service public pour les télévisions locales, du moins celles du câble. Un amendement à la Loi du 1er août 2000 a permis la notion de " **contrat d'objectifs et de moyens** ", pluriannuels. La situation est clarifiée et la légitimité d'une intervention des collectivités reconnue.



### Ressources

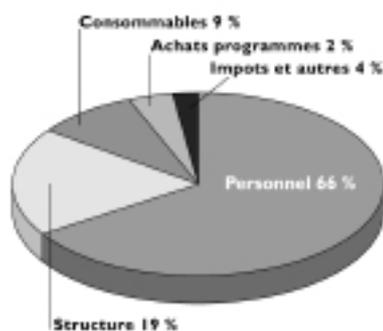
#### Les blocages nationaux

Il est remarquable que toutes les avancées viennent du dynamisme des acteurs de terrain, ou de demandes portées par leurs associations. Inversement, on ne peut que constater l'absence totale de progrès au niveau national.

**Rien au chapitre économique** : pas de fonds de soutien pour les associatives, pas d'ouverture de la publicité pour la distribution, pas de mesures fiscales... Le rapport sur la télévision citoyenne et de proximité, dont la Loi du 1er août 2000 disait qu'il devait être déposé au Parlement avant un

an, n'a pas vu le jour.

La Télévision Numérique Terrestre avait été initiée, entre autres, au nom de la proximité. Mais la décision de reprendre les points hauts de TdF, optimisés pour une diffusion nationale, et de faire partager un multiplex avec le service public national, sans tenir compte des besoins locaux, va plomber les chaînes de proximité. Ces contradictions sont mises en lumière par les **retards successifs** pour l'appel à candidatures locales que devait lancer le CSA (novembre 2001, mars 2002, puis ajournement sine die).



### Dépenses

#### Avancer sur le câble

Le hertzien analogique et numérique gelé, le haut débit encore embryonnaire, il reste un support qui a fait ses preuves comme réseau de diffusion des chaînes locales, le câble. Les **canaux locaux** sont à la disposition des collectivités, employons-les ; il faut plusieurs années pour créer un nouveau média. Le câble a encore beaucoup d'avenir, et si demain d'autres réseaux complémentaires émergent, l'outil de production sera en place.

## Télévisions locales Guide pour les collectivités

Les blocages nationaux ne doivent pas décourager les acteurs locaux, et en particulier les villes, à qui ce guide s'adresse. Il y a une logique de service public local ; elle n'est pas la seule : une télé commerciale, une volonté d'expression associative autonome peuvent aussi exister. Mais les collectivités sont porteuses d'un intérêt général, qui lui aussi doit s'exprimer, que ce soit de manière autonome ou en partenariat avec le secteur privé et le secteur associatif.

Née d'une initiative conjointe de l'Association des villes pour le câble et le multimedia (AVICAM) et de l'union des Télévisions Locales de Service Public (TLSP), cette deuxième édition couvre tous les dossiers de la télévision locale.

Les auteurs : Chantal Butheau et Laurent Michel, journalistes à Lyon et spécialistes des collectivités locales

Têtes de chapitre :

Tisser un nouveau lien social

S'inscrire dans un cadre juridique

Proposer des émissions locales

Vivre selon ses moyens

Annexes : contrat d'objectifs et de moyens (texte type), coordonnées des chaînes locales et adresses utiles

Renseignements pratiques :

128 pages

Prix public : 25 Euros . Frais de port : 3 Euros

Commande auprès de

l'Avicam

11 rue La Fayette

75009 Paris

01 42 81 59 99