

REGION CENTRE

IMAGES ET NOUVEAUX USAGES

TELEVISION PARTICIPATIVE EN REGION CENTRE

Rapporteur : Dominique Fleurat

Décembre 2007

TELEVISION PARTICIPATIVE EN REGION CENTRE

Introduction	4
I – Historique de la mission	7
1 – La rencontre de juin 2005	7
2 – Le nouveau cadre de travail et la lettre de mission	7
3 – L'étude RECIA	7
4 – Le groupe de travail régional	8
II – La télévision en France, et le cas des télévisions locales	9
1 – Un contexte national...	9
Etat des lieux : équipement, audience	9
Les réseaux de diffusion et les chaînes de télévision existantes	10
La régulation du secteur audiovisuel : le rôle de l'ANFR, du CSA et de l'ARCEP	10
2 – ... favorable au développement des télévisions locales	11
Les évolutions techniques : production, diffusion	11
Les lois sur l'audiovisuel : l'intervention des collectivités dans les télévisions locales	11
Les financements	12
3 – Eléments de définition des télévisions locales et typologie	13
Les télévisions locales en France	13
Typologie des télévisions locales	13
Les télévisions participatives	15
III – Contexte régional	16
1 – Les télédiffuseurs	16
Le service public : France 3	16
Les télévisions locales commerciales	16
Les télévisions locales de service public	17
Les Web TV	18
Les autres télévisions	19
2 – Les partenaires	19
Centre Images	19
Le GIP RECIA	20
3 – Les professionnels	21
Les producteurs locaux	21
Les établissements de formation	21
4 – Les projets des autres régions	22
IV – Les politiques d'intervention	24
1 – La culture	24
2 – L'aménagement du territoire	24
3 – Les infrastructures et les réseaux	25
4 – L'éducation	25
5 – La communication	26
6 – La formation professionnelle et l'apprentissage	26
7 – La coopération décentralisée et l'Europe	26
8 – L'économie et l'emploi	27
9 – Le développement durable et l'environnement	27
V – Propositions	28
1 – L'arrivée de la TNT	28
2 – L'information, l'analyse et la formation	28
3 – Le soutien à des projets innovants	29

4 – La plateforme numérique régionale	29
Conclusion	31
Glossaire	32
Ressources bibliographiques	33
Annexes	34

Pourquoi un rapport sur la télévision participative auprès de l'assemblée régionale ? Ce n'est en effet ni une compétence régionale, ni même une compétence affichée pour une autre collectivité locale. Cependant, la plupart des élus savent bien l'importance qu'a pris la télévision dans la vie quotidienne de nos concitoyens et aussi combien la période que nous vivons apporte d'évolutions technologiques susceptibles de révolutionner l'ensemble des médias.

Ce rapport se donne simplement pour objectifs, d'une part de faire le point sur le contexte dans lequel se développent les télévisions locales en France, d'autre part de faire un état des lieux des acteurs de ce développement en région et enfin de convaincre de l'importance d'une intervention régionale active et innovante dans ce domaine.

« La télévision a une sorte de monopole de fait sur la formation des cerveaux d'une partie très importante de la population. » (Pierre Bourdieu, Sur la télévision, Raisons d'agir, 1996)

« Le métier de TF1, c'est d'aider Coca-Cola à vendre son produit. Ce que nous vendons à Coca-Cola, c'est du temps de cerveau humain disponible. » (Patrick Le Lay, interview dans Les dirigeants face au changement, Editions du huitième jour, 2004)

« L'arrivée de nouvelles technologies typiques de la culture Internet vient à la rencontre de l'aspiration profonde de la société à des formes d'organisation plus participatives. » (Joël de Rosnay, La révolte du pronétariat, Fayard, 2006)

INTRODUCTION

Depuis déjà plusieurs années, la télévision s'est imposée comme un outil incontournable, source d'informations et de divertissements, qui rythme la vie quotidienne de nos concitoyens. Ils passent en moyenne 3h30 par jour devant le petit écran (chiffres Médiamétrie, 2006).

L'objet de ce rapport n'est pas d'analyser les programmes des chaînes ni l'évolution des informations sur lesquels une abondante littérature existe déjà mais de simplement pointer certains traits de l'influence, qu'elle soit positive ou négative, des images télédiffusées sur le fonctionnement de notre société. Pour certains, elle offre des possibilités d'expression et de créations nouvelles et permet une élévation des connaissances et une ouverture au monde de nos concitoyens. Pour d'autres elle est plutôt un outil de formatage des modes de pensée et d'uniformisation des goûts, voire de manipulation des esprits, notamment lorsque l'entretien de la peur et la mise en scène de la terreur sur nos écrans contribuent à la montée des inquiétudes et des intolérances, sources de conflits dans les villes et dans le monde.

Ces dernières années, l'évolution des techniques et des matériels a profondément modifié les modes de création et les modes de diffusion des images, donnant aux individus la possibilité d'être de plus en plus actifs dans leur rapport à l'image. En effet, les matériels sont devenus à la fois moins coûteux, plus maniables et donc plus accessibles à d'autres utilisateurs que les professionnels, leur permettant de s'approprier plus facilement les outils de construction des images.

Parallèlement, les nouveaux modes de diffusion offrent des opportunités supplémentaires d'accès aux images en même temps qu'ils permettent une nouvelle manière de les regarder. On ne regarde pas uniquement la télévision dans le cercle familial. On la regarde de façon plus individuelle, plus choisie sur l'écran de l'ordinateur ou de son téléphone portable. On assiste ainsi à une convergence forte entre audiovisuel, télécommunications et informatique.

La rapidité des messages ainsi que la possibilité de toucher directement les personnes ont un impact considérable à la fois sur la démocratie et sur l'expression citoyenne.

L'homme politique lui-même est obligé d'adapter son discours et son fonctionnement à cette nouvelle réalité. Les dernières élections présidentielles nous en ont apporté un exemple concret, que ce soit par l'utilisation des blogs ou la « mise en scène » de la participation dans des émissions-débats ou dans des rencontres participatives. Pour Joël de Rosnay, « la production massive et collaborative d'informations numériques par le pronétariat représente une révolution aussi importante que celle du début de l'ère industrielle, symbolisée par la machine à vapeur et la mécanisation »¹. Quelle place et quel rôle vont avoir les leaders d'opinion, les médiateurs dans la transmission de l'information et des valeurs auprès des groupes de personnes ? Quelle transformation dans la mission d'éducateur des parents ou des enseignants ? Le fait de pouvoir faire soi-même des images, individuellement ou collectivement, est-il un nouveau mode de participation à la vie publique ? Comment pour les journalistes et les décideurs prendre du recul pour analyser la qualité des messages qui nous parviennent à longueur de journée à l'échelle de la planète ?

Par ailleurs, la possibilité de toucher chaque personne individuellement offre des opportunités considérables de développement de la publicité, très convoitées par les annonceurs. On assiste à une concentration sans précédent des médias qu'impose l'audience maximale réclamée par les publicitaires et qui va toucher également le fonctionnement de la télévision locale. Les programmes télévisés sont des vecteurs de la mondialisation qui pousse à la consommation de certains produits et à l'adoption des modes de vie occidentaux. La publicité est une forme de persuasion « douce », qui véhicule des modèles et des normes et dont la fonction est aussi d'ordre culturel, puisqu'elle incite à l'adhésion aux valeurs de la société capitaliste moderne.

Cette révolution de la communication, ce sont les jeunes générations qui vont avoir à se l'approprier. Leur capacité à maîtriser les outils informatiques leur permet des usages différents de l'audiovisuel (télévision, ordinateur, téléphone portable) omniprésent dans leur vie personnelle et collective, puisqu'ils baignent dans le monde des images et savent presque naturellement créer le rythme d'un film, scénariser des images, utiliser les outils techniques nécessaires à ces réalisations. Comment utiliser ces nouveaux outils pour la formation, l'éducation, la recherche d'informations, la maîtrise de l'expression orale, l'exercice de la citoyenneté, la connaissance des autres et la tolérance ? Comment ne pas laisser ces outils techniques envahir notre quotidien, maîtriser nos rythmes de vies et formater nos modes de pensée et de fonctionnement, étant entendu que la technique n'est pas neutre et qu'elle implique certains comportements et requiert certaines compétences spécifiques ?

Ce bref aperçu de quelques questions posées par les nouvelles formes de télévision nous interpelle et ne peut, en tant qu'acteurs politiques, nous laisser indifférents. Cependant, la télévision n'est pas une compétence assignée en tant que telle aux collectivités locales. Et même si la loi a évolué pour permettre d'intervenir, rares sont celles qui en ont véritablement fait une politique identifiable. En outre, le pouvoir politique a toujours eu des rapports compliqués avec les médias en général et avec la télévision en particulier. Son intervention est encore souvent considérée comme suspecte et n'incite pas les élus à une politique active.

Pourtant, les modes de diffusion liées aux nouvelles technologies et les compétences de la collectivité régionale en matière d'éducation, d'aménagement du territoire et de culture imposent une réflexion sur cette question, sous peine d'une intervention incohérente qui laisserait à la fois inexploitées les possibilités considérables de cet outil en matière de démocratie et d'expression citoyenne et à la fois le champ libre à ceux qui ne souhaitent qu'en faire une source de profits. C'est pourquoi, en région Centre, une réflexion sur cette question a été entamée dès le début des années 2000.

En outre, si cette question est peu évoquée dans nos débats, elle n'en revêt pas moins une importance majeure pour l'avenir de nos sociétés. Nous sommes engagés, à la fois

¹ Joël de Rosnay, La révolte du pronétariat, Fayard, 2006, p. 13

par notre charte du développement durable et l'élaboration de notre agenda 21, dans des actions qui favorisent la participation de tous les habitants de notre région. « Dans ces démarches, la capacité collective à gérer les flux d'information, à observer, à analyser le réel et à se projeter dans le futur est primordiale, afin de nourrir les décisions, les dialogues et les orientations »². C'est avec cette volonté d'une citoyenneté renouvelée que nous devons être des acteurs du développement de télévisions plus participatives.

L'objet de ce rapport est donc tout d'abord de présenter l'historique de cette réflexion, ainsi que le contexte politique, juridique et technique du secteur de la télévision, afin de montrer, d'une part, en quoi ce contexte, tant au niveau national que régional, est aujourd'hui favorable au développement des télévisions participatives, et, d'autre part, quels peuvent être l'intérêt de la région et les politiques à mettre en œuvre pour s'investir dans un tel projet.



² « Diagnostic préalable à l'élaboration de l'agenda 21 », Région Centre, p.116

I – HISTORIQUE DE LA MISSION

Le présent rapport est le fruit d'une réflexion menée depuis plusieurs années déjà par la région Centre, en concertation avec certaines structures culturelles régionales.

1 – La rencontre de juin 2005

La première lettre de mission du Président de Région sur les télévisions participatives indiquait : « Il est important de faire le point sur les possibilités juridiques, financières et techniques d'un tel développement ».

Une rencontre co-organisée avec l'APCVL a eu lieu dans l'hémicycle le 2 juin 2005 autour de 4 tables rondes : les réalités françaises et européennes, produire et réaliser des images autrement, le paysage audiovisuel régional et quelle participation des collectivités territoriales³. La journée animée par Guy Pineau, consultant de la FNVDPO (Fédération Nationale des Vidéos des Pays et des Quartiers), a rassemblé près de 100 personnes d'horizons très divers, acteurs du public comme du privé dans l'hémicycle régional. Elle a permis un premier échange sur ce sujet et une première information. Malheureusement, il n'y a eu qu'un petit nombre d'élus pour se sentir concernés.



« Les télévisions de proximité dans l'espace régional »,
2 juin 2005, Hôtel de région - Orléans

2– Le nouveau cadre de travail et la lettre de mission

Suite à cette première rencontre, il était naturel que le travail se poursuive pour étudier de quelle manière la Région pouvait avoir une action de soutien à des projets innovants en matière de télévision. N'ayant pas de compétence particulière en ce domaine, il est vite apparu que le travail devait se faire de manière transversale avec les différents acteurs régionaux susceptibles d'intervenir.

C'est l'objet de la deuxième lettre de mission d'octobre 2005 qui indiquait 4 directions⁴ : lister les possibilités de diffusion en s'appuyant sur l'étude RECIA faite en 2002, dresser un état des lieux des projets au niveau des territoires, mener une réflexion sur l'impact des évolutions technologiques dans les pratiques de communication et étudier les possibilités de soutien à des projets audiovisuels

De nombreuses rencontres ont permis d'approfondir la réflexion autour de l'ensemble des thématiques.

3 – L'étude RECIA

Le GIP RECIA, auteur d'un premier rapport sur la TNT (Télévision Numérique terrestre) en 2002 et acteur majeur du déploiement du réseau très haut débit a commandité une étude dont le cahier des charges a été rédigé de façon conjointe avec les éléments suivants : apporter des éléments d'aide à la réflexion pour les élus ; actualiser le contenu de l'étude de 2002 avec les nouveaux éléments réglementaires et l'expérience d'autres régions ; concevoir un support de sensibilisation ; élaborer le cadre d'une intervention régionale.

Cette étude rendue en janvier 2007 sert de base à ce rapport. Elle a été complétée par des rencontres ou contacts nouveaux qui permettent autant que faire se peut d'être proche de l'actualité dans un contexte qui évolue très rapidement

La synthèse de cette étude est disponible auprès de la Région ou du GIP RECIA.

³ La synthèse de cette rencontre est disponible à l'adresse suivante : http://www.centreimages.fr//outils_parution.php

⁴ Voir annexe 1.

4 – Le groupe de travail régional

A la suite de cette étude, il a été décidé de mettre en place un espace numérique de travail sur le site de RECIA pour continuer à alimenter la réflexion avec des membres représentant l'ensemble des acteurs régionaux susceptibles d'intervenir dans ce domaine. Ainsi, ce groupe de travail est composé d'élus du Conseil régional, de membres de certaines institutions régionales (GIP RECIA, Centre Images), ainsi que de représentants des différents services régionaux concernés par ce projet de télévision participative : Culture, Formation et Education ; Aménagement du Territoire ; Communication, Presse et Relations Institutionnelles ; Stratégie, Europe, Partenariat, Transversalité. La composition de ce groupe de travail reflète bien la transversalité inhérente au projet.

A chaque étape, les vice-présidents concernés ont été informés de l'avancée de la mission.

Une nouvelle rencontre en partenariat avec l'ARF (Association des Régions de France) était envisagée en 2007 pour partager l'expérience de différentes régions engagées dans des politiques de soutien à des projets de télévisions participatives. L'absence d'informations rassemblées et le contexte politique très mouvant de la période a fait évoluer ce projet. Une rencontre organisée prochainement sera centrée sur les nouvelles pratiques, notamment celles des jeunes, thème qui est apparu très important dans l'étude de RECIA.

II – LA TELEVISION EN FRANCE, ET LE CAS DES TELEVISIONS LOCALES

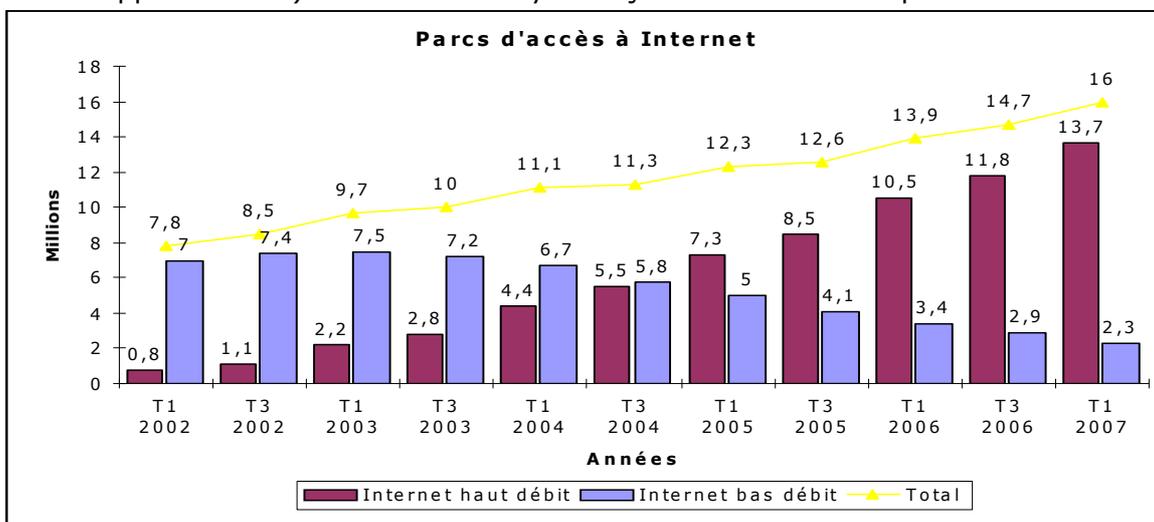
L'analyse du secteur de la télévision en France indique que celui-ci est aujourd'hui favorable au développement des télévisions locales, tant au niveau technologique (multiplicité des réseaux de diffusion), juridique (intervention des collectivités dans le financement des télévisions locales) qu'économique (amplification des ressources financières). Il pourrait l'être pour les télévisions participatives compte tenu de la demande sociale et de l'essor des outils de production des images, si l'utilité sociale était reconnue au même titre que la viabilité économique.

1 – Un contexte national...

Etat des lieux : équipement, audience

Sources : CSA, Médiamétrie, TDF, ARCEP. Chiffres 2006.

- 95,4 % des foyers en France sont équipés d'un téléviseur, ce qui représente un total de 55 millions de téléviseurs en France. 57% des foyers équipés d'un téléviseur en possède un, 31% en possède deux, et 12% en possède 3 ou 4. Plus de 5 millions de foyers sont équipés pour recevoir la TNT. Objectif de 85% du territoire couvert à l'horizon 2007. Basculement complet en 2011. 10 millions de foyers sont abonnés à un bouquet satellite. 6 millions de foyers sont abonnés au câble.
- Sur plus de 15 millions d'abonnés à Internet au premier trimestre 2007, 13,7 millions de foyers disposent d'un accès haut débit (augmentation de 34,4% par rapport à 2005). 3 millions de foyers reçoivent la télévision par ADSL.



Le marché des services de télécommunications électroniques en France au 1^{er} trimestre 2007 (ARCEP)

- 50 millions de Français sont abonnés à la téléphonie mobile.
- Les français regardent la télévision en moyenne 3h30 par jour, et plus de 4h pour ceux qui reçoivent la TNT. Cela ne tient pas compte du temps passé devant un autre écran, en particulier celui de l'ordinateur (4,8 DVD visionnés en moyenne par mois).

Les réseaux de diffusion et les chaînes de télévision existantes

Un nouveau paysage hertzien avec des chaînes gratuites et payantes plus nombreuses est en train de naître, ce qui entraîne des bouleversements pour l'ensemble des acteurs des médias. La couverture du territoire par la TNT (objectif de 85% du territoire couvert à la fin de 2007) va conduire à l'abandon de l'analogique prévu pour 2011.

Le paysage de la télévision française se décline selon les différents types de réseaux de diffusion :

- La télévision hertzienne analogique. 6 chaînes nationales (TF1, France 2, France 3, Canal +, France 5, M6) diffusent le même programme sur le territoire métropolitain, à l'exception de France 3 qui propose des décrochages régionaux. Les télévisions locales constituent le septième réseau hertzien de TV analogique, attribué dans certaines villes ou régions à des chaînes locales publiques ou privées.
- La télévision numérique terrestre (TNT). 18 chaînes gratuites et 11 payantes sont disponibles sur tout le territoire national pour les foyers équipés d'un adaptateur TNT, d'un téléviseur avec adaptateur intégré, ou d'un accès Box ADSL. Le CSA a autorisé, le 24 juillet 2007, 18 télévisions locales à diffuser en mode numérique à partir de la mi-septembre 2007, dont Orléans TV, TV Tours et BIP TV. En outre, le CSA a retenu quatre projets de chaînes de télévision numérique terrestre, appelées à émettre en Ile-de-France pour la fin 2007.
- La télévision par câble propose à la fois des chaînes gratuites (les chaînes hertziennes analogiques et numériques, les chaînes locales et frontalières, les chaînes de service) et des chaînes payantes.
- La télévision par satellite propose des chaînes payantes, accessibles par un seul bouquet, Nouveau Canalsat, issu de la fusion entre CanalSat et TPS en 2006.
- La télévision par ADSL est disponible sur internet, selon les offres des différents fournisseurs d'accès à internet (FAI), comme Free, Orange, Alice et Neuf Télécom et Cegetel.
- La télévision est également accessible sur téléphone mobile, selon les offres des différents opérateurs du secteur (Orange, SFR, Bouygues Telecom).

La régulation du secteur audiovisuel : le rôle de l'ANFR, du CSA et de l'ARCEP

Trois autorités administratives assurent la régulation de la télédiffusion et des télécommunications en France, tant au niveau des supports que des contenus :

- L'Agence Nationale des Fréquences (ANFR). L'ANFR gère, planifie et contrôle les usages des fréquences radioélectriques qui appartiennent au domaine public de l'Etat. L'ANFR effectue ses missions en collaboration, soit avec d'autres autorités administratives indépendantes (CSA, ARCEP), soit avec des ministères.
- Le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA). Le CSA garantit en France l'exercice de la liberté de communication audiovisuelle. A ce titre, le CSA gère et attribue les fréquences destinées à la radio et à la télévision, et veille au respect du pluralisme politique et syndical sur les antennes.



Audition de Zaléa TV devant le CSA,
1^{er} juillet 2002

- L'Autorité de Régulation des Communications Electroniques et des Postes (ARCEP). L'ARCEP régule le secteur des télécommunications et les activités postales.

La commission européenne a engagé une discussion avec les opérateurs télécoms pour la régulation du secteur pour l'horizon 2010, ce qui représente le risque d'une suppression de la spécificité du régime des fréquences appliquées à l'audiovisuel.

2 – ... favorable au développement des télévisions locales

Le contexte national est particulièrement propice au développement des télévisions locales en France, étant donné les possibilités technologiques, législatives et financières dont elles peuvent jouir. Ce contexte propice semble néanmoins être sous-exploité, tant notre pays connaît depuis des années un retard important par rapport à nos voisins européens dans le développement des télévisions locales⁵.

Les évolutions techniques : production, diffusion

Les capacités de production d'images ont évolué très rapidement (coût diminué, facilité d'utilisation) pour les caméras, ordinateurs de montage ou de régie, logiciels, encodage. L'équipement des ménages, des écoles ou des associations s'est considérablement développé. La plupart des téléphones portables peuvent aujourd'hui filmer.

En outre, les possibilités de diffusion des images en général, et des chaînes de télévision en particulier, sont de plus en plus diverses :

- Sur le téléviseur, via le réseau hertzien analogique ou numérique, le satellite, le réseau téléphonique avec une ligne ADSL, ou le réseau câblé. Visualisation collective (familiale) des images.
- Sur le micro-ordinateur ou le téléphone mobile. Visualisation individuelle des images. Rôle important des FAI et des opérateurs de télécommunications (technologie du WIFI, du WIMAX, du mobile 3G).



Télévision sur téléphone mobile

Ces évolutions technologiques permettent la convergence des performances technologiques de la téléphonie, de la télévision et de l'informatique, à l'image du web collaboratif (2.0). Le web collaboratif est une plateforme informatique qui permet de trouver, organiser, partager de l'information personnelle et collective, notamment des images filmées. Ainsi, les plateformes numériques offertes par des sites tels YouTube et Dailymotion, permettent d'accueillir des créations de photos ou vidéos, réalisées par les particuliers à partir de leur téléphone portable, de leur Webcams ou de leur caméscope numérique et retravaillées sur leur ordinateur. Ces sites peuvent accueillir également des programmes TV, en intégralité ou non, le plus souvent mis en ligne par les internautes eux-mêmes.

Parmi les sites collaboratifs les plus connus, on peut citer : CurrentTV, la télévision qu'Al Gore a lancée en août 2005, faite par des jeunes ; AgoraVox, lancée en France en 2005, un des premiers « journaux citoyens » ; ou encore TéléNetCite de France Telecom, service clés-en-main pour permettre à un maire de tourner sa vidéo à destination de ses concitoyens.

Toutes ces évolutions techniques impliquent des possibilités nouvelles d'accès aux images pour les citoyens, mais également des possibilités démultipliées de messages publicitaires pour les annonceurs.

⁵ Voir annexe 3 et 4.

Les lois sur l'audiovisuel : l'intervention des collectivités dans les télévisions locales

L'environnement législatif des télévisions a sensiblement évolué ces dernières années, favorisant notamment l'intervention des collectivités dans le financement des télévisions locales :

- La loi d'août 2000, modifiant celle du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication, ouvre la possibilité pour les collectivités locales de déléguer la gestion du canal local et pour les associations sans but lucratif de créer des télévisions de proximité. Pour le câble, « l'exploitation du canal peut être confié à une personne morale avec laquelle la commune ou le groupement de communes peuvent conclure un contrat d'objectifs et de moyens définissant les missions de service public et leurs conditions de mise en œuvre ». Cette même loi prévoyait un rapport du Gouvernement sur les possibilités de développement des télévisions citoyennes de proximité.
- La loi de juillet 2004 relative aux communications électroniques, suite au rapport Boyon, modifie les règles en matière de capitaux, assouplit les règles anti-concentration et étend aux chaînes hertziennes les possibilités du câble (*voir ci-dessous*).
- La loi de 2006 sur la télévision du futur précise les conditions de passage au numérique. Elle précise également les conditions de mise en place de la télévision haute définition ainsi que les conditions d'autorisation pour les services de télévision mobile personnelle.

Les financements

Le rapport Belot⁶ donne les éléments suivants : une chaîne locale classique a un budget de 2 à 3 millions d'euros par an, pour 2h de programmes frais par jour (obligation du CSA en hertzien, hors rediffusion), avec des effectifs d'environ 30 salariés. Les coûts de diffusion en hertzien sont très élevés.

Les chaînes associatives ont un budget plus limité (environ 150 000 €) pour une 1 à 2 heures par semaine. Elles défendent l'idée de la création d'un fonds de soutien national basé sur une taxe sur la publicité, à l'image de ce qui existe pour les radios, afin de soutenir leur action d'animation locale.

Il y a deux catégories de ressources pour les TV locales :

- les financements privés, capitaux (PQR, cablo-opérateurs, sociétés anonymes, associations de téléspectateurs et banques) et la publicité ;
- les financements publics liés à un Contrat d'Objectifs et de Moyens, le partenariat (coproduction), l'achat d'espaces ou l'attribution de subventions directes ou indirectes.

Les financements privés

Le déplacement de la publicité vers la télévision conduit les groupes de presse (PQR) à s'investir dans les médias locaux avec des sociétés de communication. On assiste ainsi à une concentration importante de type pluri média, en particulier pour les sociétés du câble et du satellite.

La publicité joue un rôle important dans l'équilibre financier des chaînes commerciales et également dans celui des chaînes de service public. Deux régies réunissent les principales chaînes locales : Grand Ouest Régie Télévisions, GIE qui regroupe 8 télévisions de l'ouest et TLRA, régie publicitaire nationale détenue par les groupe Le Figaro et Lagardère. L'ouverture à la publicité de secteurs interdits comme la grande distribution au niveau local permet d'envisager des recettes plus importantes au détriment de la PQR.

⁶ Rapport du Sénat n° 417 (2005) sur « Le financement des télévisions locales ». Rapporteur : Claude Belot.

La syndication des TV locales permet un effet de levier maximal pour les annonceurs qui réclament un gisement de téléspectateurs suffisant. Avec bien sûr des conséquences similaires à celles constatées sur les chaînes nationales sur la nature des programmes. La lisibilité de l'annonceur oblige à une codification de la grille de l'ensemble des chaînes (évolution demandée par SynTV, société créée en 2006, qui a réalisé la série 24h chrono sur 10 chaînes locales).

Le GIE a mis en place une syndication de programmes avec REC (Réaction En Chaîne) qui propose des documentaires, des captations de spectacles, moyennant une cotisation dépendant du chiffre d'affaire. REC achète les droits de diffusion pour l'ensemble des chaînes locales. Ces programmes sont acceptés par le CSA dans les 12 heures de production fraîches obligatoires par semaine. Des discussions sont en cours avec le CNC pour un soutien aux coproductions soutenues par REC. Il reste à résoudre le problème technique de dématérialisation des films à travers un réseau virtuel.

Les financements publics

Parallèlement, le service public, dont le budget est pour partie financé par la redevance, est contraint de s'adapter. C'est particulièrement vrai pour France 3, dont 44,5% du budget est financé par le produit de la redevance, et dont le réseau de proximité représente un coût important.

La loi de juillet 2004 stipule que « les collectivités locales ou leur groupement peuvent (...) éditer un service de télévision destiné aux informations sur la vie locale et diffusé par voie hertzienne terrestre ou par un canal local du câble ». Les collectivités territoriales ou leurs groupements peuvent donc créer et exploiter, sous la forme d'un service public local, des chaînes de télévision locales, dont la gestion est confiée à un opérateur public ou privé. Le financement de ces chaînes est assuré par un contrat d'objectifs et de moyens, définissant les missions de service public et les conditions de mise en œuvre du projet. Ce mode de financement s'adresse aussi aux télévisions associatives, dans la mesure où celles-ci répondent aux exigences de la mission, à savoir être un vecteur actif d'information sur la vie locale.

3 – Éléments de définition des télévisions locales et typologie

Les télévisions locales en France

Il y a 127 TV locales en France en 2006, dont 10 pour l'Outre-mer, soit 117 sur le territoire métropolitain. Sur ces 117 chaînes locales diffusant en métropole, 25 sont disponibles sur le réseau hertzien analogique (dont 4 le sont également sur le câble), et 96 chaînes sont diffusées sur le câble (dont 1 l'est également par satellite)⁷.

Mode de diffusion	France métropolitaine		Outre-mer	
	nombre	%	nombre	%
C = câble	91	71,7 %	1	0,8 %
H = hertzien	21	16,5 %	9	7,1 %
S = satellite	-	-	-	-
C + H = câble + hertzien	4	3,1 %	-	-
C + S = câble + satellite	1	0,8 %	-	-
ENSEMBLE	117	92,1 %	10	7,9 %

Source : Avicca (octobre 2006)

Le CSA n'émet plus désormais d'appel à candidature pour les autorisations hertziennes analogiques permanentes en métropole, du fait de l'évolution vers la TNT et de la disparition progressive de l'analogique. Ainsi, la loi de 2006 sur la télévision du futur prévoit que « les éditeurs de services locaux pourront faire jouer leur droit à une diffusion intégrale et simultanée en mode numérique de leur programme analogique à tout moment et, notamment, hors appel à candidature ».

⁷ Voir annexes 2 et 3.

Typologie des télévisions locales

On peut segmenter les télévisions locales en fonction de plusieurs critères :

- la zone d'émission : ville, agglomérations, pays, département...
En métropole, pour les télévisions hertziennes analogiques le CSA a attribué des fréquences suivant les catégories suivantes : télévisions de ville, centrées sur une agglomération ; télévisions de pays, à l'échelle d'un bassin de population plus étroit mais couvrant une zone géographique comparable ; télévisions de périmètre, dont les équipes sont de tailles très réduites.
- le mode de diffusion : réseau hertzien, câble, satellite, TNT...
Sur la centaine de canaux du câble conventionnés, la moitié bénéficie d'un financement des collectivités. Les opérateurs ont obligation de diffusion d'une chaîne locale (must carry), les chaînes pouvant également émettre sur d'autres vecteurs, tel le web, avec des opérateurs différents. L'arrivée de la TNT et le développement de la télévision par Internet a conduit les opérateurs du câble à se regrouper au sein d'un seul opérateur, Numéricâble, et à moderniser l'ensemble du réseau (ligne en fibre optique et offre triple play, combinant télévision, téléphonie et Internet), pour faire du câble le 4ème fournisseur d'accès à Internet (FAI) derrière Orange, Free et Neuf Cegetel. Cette interconnexion du réseau a diminué le nombre de têtes de réseau et complique l'accès des télévisions locales à la diffusion en must carry (difficulté à connaître les points d'injection). Des procédures sont en cours pour faire respecter l'obligation de diffusion.
- l'autorisation du CSA : temporaire (dans le cadre de manifestations locales, par exemple), ou permanente ;
- le statut juridique : association, entreprise...

Statut juridique des TV autorisées par le CSA	% répertorié
▪ Association	34 %
▪ Commune	34 %
▪ Régie Municipale ou Intercommunale	13 %
▪ Société d'Economie Mixte	8 %
▪ Société Anonyme	7 %
▪ Syndicat Intercommunal	4 %

Source : rapport Assemblée nationale n°3363, M. P. Martin-Lalande (octobre 2006)

Le critère juridique est le plus pertinent pour dresser une typologie des télévisions locales. En effet, on peut différencier les chaînes de télévisions selon leur mode de financement et le type de structures juridiques auquel elles appartiennent. Ainsi, on distingue :

- Les télévisions commerciales, qui ont des ressources émanant de la presse quotidienne régionale (PQR), de banques et de la publicité.
- Les télévisions de service public, qui font appel aux subventions des collectivités territoriales. Elles sont regroupées pour la plupart dans TLSP (Télévisions Locales de Service Public).
- Les télévisions locales associatives, qui constituent des collectifs de production non commerciaux, solidaires et sans but lucratif. A ce jour, aucune d'entre elles n'a obtenu d'autorisation permanente du CSA, à l'exception d'une chaîne de la TNT parisienne. Elles diffusent avec des autorisations temporaires en hertzien analogique, sur les réseaux câblés, par télé postage ou lors de rencontres publiques.

Les télévisions participatives

Les télévisions locales associatives soutiennent l'expression audiovisuelle citoyenne sous toutes ses formes, considérant que l'audiovisuel est un outil au service du citoyen et des territoires. Elles favorisent la formation des personnes et l'utilisation de l'audiovisuel pour le débat citoyen. Ainsi, les télévisions associatives du Tiers Secteur, comme Zaléa TV, se définissent plus comme des outils de débats et de contre-pouvoir, tandis que celles qui se définissent comme participatives, regroupées dans la Fédération Nationale des Vidéos Des Pays et des Quartiers, utilisent l'audiovisuel comme outil de cohésion sociale et de mobilisation des habitants sur un territoire.



Logo de la FNVDPO

L'histoire de la télévision associative reste à faire. Elle se situe dans la suite de celles des radios associatives, du cinéma militant, du cinéma du réel et de l'art vidéo, auxquelles viennent se rajouter ces dernières années tout le travail des utilisateurs innovants d'Internet. Même si la loi a évolué en permettant l'accès à la diffusion pour ces télévisions, elles n'ont pu obtenir jusqu'à aujourd'hui une reconnaissance à l'instar des radios, leur permettant un financement par l'intermédiaire d'un fonds de soutien à la télévision associative.

Son concept repose sur la participation active des habitants à la réalisation et à la ligne éditoriale d'une télévision agréée par le CSA et respectant le terme de la loi. La télévision est un outil au service du développement local et du développement collectif et personnel. Elle favorise le dialogue social et renforce les liens sociaux, culturels et économiques dans un souci de cohésion territoriale. Elle renforce les compétences globales des habitants par une pratique intégrée et continue des techniques audiovisuelles de communication. C'est un outil privilégié et moderne de la démocratie locale.

Les choix actuels du CSA qui reposent pour l'essentiel sur la viabilité économique des projets ne favorisent pas le développement de ce type de télévisions. Les élus locaux dont le rapport à la télévision est parfois complexe, ne sont pas toujours prêts à soutenir une télévision participative : crainte du « non professionnalisme », des risques liés à la liberté d'expression des habitants et pour une grande part méconnaissance des mécanismes de fabrication des images et des différents modes de diffusion.



Pourtant, certaines d'entre elles existent depuis près de vingt ans et poursuivent, malgré un contexte difficile, cet objectif de développement d'une autre télévision. C'est le cas de Télé Millevaches en Limousin, de Trégor Vidéo en Bretagne, de Vidéon à Evry ou Canal Nord à Amiens. D'autres plus récentes, ont continué le travail et diffusé avec des autorisations temporaires comme O2zone à Marseille et Aldudarrak Bideo en pays basque.

En 2005 à Marseille, ont eu lieu les premiers Etats Généraux des Médias (EGM) où se sont retrouvés des médias du Tiers Secteur. Les débats dans les différents ateliers ont conduit à un appel commun pour des revendications précises⁸. Une nouvelle rencontre a eu lieu à Paris fin septembre 2006 pour interpeller les candidats aux élections présidentielles sur leurs propositions concernant les médias.

Les télévisions traditionnelles ont repris à leur compte le concept de participatif en utilisant des images faites par les téléspectateurs (vidéo blogs) qu'elles peuvent ensuite utiliser. Les objectifs sont évidemment différents de ceux évoqués ci-dessus.

Si les progrès technologiques évoqués précédemment laissent à penser que chaque citoyen peut devenir un « journaliste » indépendant, il reste que l'éducation à l'image ou l'accompagnement pour réaliser des films sont dans l'ensemble négligés. Comment décrypter un message, comment vérifier une information, comment donner du sens à un film, comment permettre l'expression de ceux dont la parole est confisquée ? Comment les jeunes, principaux utilisateurs de ces nouvelles technologies, vont-ils faire évoluer les pratiques audiovisuelles ?

⁸ Voir annexe 5.

III – CONTEXTE REGIONAL

Le contexte régional est propice au développement des télévisions participatives en complémentarité avec les télédiffuseurs classiques (Orléans TV, TV Tours, TLC, BIP TV) ou de Web TV, et l'accompagnement d'institutions spécialisées (Centre Images, GIP RECIA), ou de professionnels (producteurs, centres de formation). En outre, certains projets innovants de télévisions locales émergent en région Centre, à l'image de ce qui se fait dans d'autres régions françaises.



Emetteur TDF de Bourges

1 – Les télédiffuseurs

Le service public : France 3 Paris-Ile-de-France Centre

France 3 Paris-Ile-de-France Centre a la particularité d'être à la fois sur l'Ile de France et le Centre. La rédaction produit plus de 2h d'information par jour. Les équipes ont été renforcées sur l'ensemble de la région avec au total 58 journalistes et des investissements techniques nouveaux ont été réalisés, notamment véhicule satellite pour des duplex avec l'ensemble des bureaux décentralisés.

Néanmoins, la chaîne fait face, au niveau national à des difficultés financières, qui l'oblige à réorganiser ses moyens et qui ne permettent pas un vrai travail au niveau local. La convention Région – France 3 de 2003, d'un montant de 220 000€ et qui prévoyait la production de 14 documentaires et de 7 magazines, n'était pas satisfaisante et a été revue pour être intégrée aux nouveaux dispositifs d'aides de Centre Images. Une nouvelle convention a donc été signée en 2007 pour la production et la diffusion de films documentaires. Les propositions sont sélectionnées par la commission ad hoc à hauteur de 15 000€ par documentaire et pour un total de 8 films.

La chaîne n'a pas de pratique éditoriale de terrain et n'a jamais offert d'exposition aux diverses télévisions associatives. Dès lors, France 3 peut-elle être un fédérateur pour aider à développer la télévision participative en Région ?

Les télévisions locales commerciales

Orléans TV

Orléans TV est une télévision locale disponible sur l'agglomération orléanaise (420 000 spectateurs potentiels), dont la première émission a eu lieu en mars 2007. La chaîne est initiée par le Groupe Hersant Média, qui en possède un tiers du capital. Elle emploie 30 permanents et dispose d'un budget de 2 millions d'euros par an.

Orléans TV diffuse en boucle, 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7, deux heures de programmes quotidiens (produits du lundi au vendredi). Les programmes sont également disponibles sur Internet, et la chaîne devrait être reprise à la mi-septembre sur le câble et sur la TNT. La chaîne est ouverte aux contributions des téléspectateurs grâce notamment à une cabine "videomation".

TV Tours

TV Tours a été lancée en mars 2006. La chaîne, dont 40% du capital est détenu par la Nouvelle République, dispose d'un budget de 1,6 million d'euros. Elle diffuse en hertzien sur l'ensemble de l'agglomération tourangelle (400 000 spectateurs potentiels) une heure de programmes « frais » par jour, rediffusés en boucle, et disponibles également sur Internet, l'objectif étant de parvenir à la production de 2 heures de programmes quotidiens en 5 ans. La chaîne sera présente sur la TNT à la mi-septembre.

Le basculement vers la TNT en septembre 2007 va induire un accroissement des coûts financiers de la diffusion (jusqu'à 20%), ce qui rend difficile la possibilité d'une ligne d'achat de productions.

Les producteurs locaux, par le biais d'ADTV (*voir ci-après*) ont cherché à négocier un espace de diffusion sur ces chaînes, avec l'appui politique de la région. Les deux chaînes peuvent signer, au même titre que France 3, une convention avec la région pour la production de films.

Les télévisions locales de service public

TLC (Télévision Locale de Châteauroux)

TLC a été créée en 1999 avec agrément du CSA en 2000, renouvelé en 2005. Elle fait suite à deux expériences de télévisions de quartiers, Canal St Jean et Canal Beaulieu, engagées lors du Développement Social des Quartiers (DSQ) puis du Contrat de Ville de Châteauroux. Elle diffuse sur la chaîne météo du réseau câblé de l'agglomération et sur Internet près d'1h à 1h 30 par semaine avec des rediffusions chaque jour.

TLC est une association loi 1901 avec un budget de 175 K€. Son budget est composé de subventions municipales (plus de 50% par les quatre communes câblées : Châteauroux, Déols, St Maur et Le Poinçonnet), d'une aide du Contrat de ville, d'aides à l'emploi (emploi jeune et cap'asso), de financement privé (opérateur du câble aujourd'hui arrêté) et de ressources propres. L'équipe est constituée de deux salariés à temps plein et un temps partiel.

L'audience du câble est difficile à mesurer (tous les logements sociaux sont câblés) mais est estimée à 17 000 foyers. La télévision a récemment investi dans une régie mobile et est engagée dans une réflexion avec le Conseil Général pour une TV départementale. En 2005, elle a produit un numéro 0 de TV Brenne, coopération qu'elle souhaite poursuivre (prêt de matériel pour le plateau participatif de la fête du Parc en 2007). Depuis sa création, TLC aide régulièrement des associations locales (festival DARC) et participe à des projets de réalisation de films (émission sur l'artisanat pour la chambre des métiers ou film avec la mission locale). Les bénévoles peuvent participer directement à la production des programmes de la chaîne. Cette volonté qui demande un accompagnement de la part des salariés est limitée par la taille de l'équipe qui a pour mission première d'assurer les émissions régulières.

L'arrivée de la TNT et les conséquences qu'elle apporte sur la stratégie des opérateurs du câble (concentration et regroupement avec un opérateur unique Numéricâble qui impose ses règles) obligent à une réflexion concernant la diffusion. En effet, la chaîne avait jusqu'à présent un accès facile à la tête de réseau qui lui permettait une grande souplesse pour la présentation de ses programmes.

BIP TV (Berry Issoudun Première TV)

Bip TV est la première télévision locale en France portée par un EPCC (Etablissement Public de Coopération Culturelle). Sa mise en place relève d'une volonté politique forte du maire d'Issoudun, également impliqué dans la réflexion sur la télévision locale dans l'AMF (Association des maires de France).



Table de montage de BIP TV

Autorisée en octobre 2006 par le CSA, elle diffuse, depuis le 31 mars, 7 jours sur 7 sur le territoire du pays d'Issoudun et de la Champagne Berrichonne (pylône hertzien situé à Lazenay et financé par la communauté de communes par un investissement de 250 K€), ainsi que sur Internet depuis janvier 2007. Dès la mi-septembre, BIP TV sera diffusée via la TNT. La vocation de BIP TV est de « faire de la télévision un acteur pour le développement local tout en offrant à ses habitants une information de proximité ». Elle

bénéficie de la proximité d'un centre AFPA formant aux métiers de l'audiovisuel, et des Archives régionales du film, gérées par Centre Images.

La chaîne a un budget de 250K€ annuel et une équipe de sept personnes (dont six journalistes). Les financements sont à 100% publics, mais la chaîne envisage des ressources publicitaires de façon limitée. Une synergie sera recherchée avec Orléans TV et TV Tours en termes de production et de diffusion. La chaîne est, comme TLC, adhérente de TLSP (Télévision Locales de Service Public).

La télévision a signé une convention de partenariat avec Centre Images, prévoyant le soutien sélectif aux œuvres audiovisuelles coproduites par BIP TV, un partenariat pour la production et la diffusion des projets cinématographiques menés, au lycée d'Alembert, dans le cadre d'actions d'éducation à l'image, et la diffusion de films soutenus par Centre Images ou qui concerne le patrimoine.

Les web TV

Il est aujourd'hui difficile de répertorier l'ensemble des images réalisées en région et diffusées sur le web. En voici quelques exemples :

- Lessentiel.info, de l'association Presse Proximité.
C'est une web télévision d'informations et de reportages de proximité de la région Centre. Son objectif est de « mieux faire connaître les initiatives publiques, associatives ou individuelles qui dynamisent notre région ». Le projet a été soutenu financièrement dans le cadre de la mesure 10b européenne pour les microprojets associatifs et a permis l'embauche d'un journaliste.
- Labomédia est un collectif associatif installé à la Maison Bourgogne à Orléans. L'association gère un centre de ressources documentaires, un ECM (Espace Culture Multimédia) et un EPN (Espace Public Numérique). Elle développe des dispositifs d'information, d'initiation et de formation autour du multimédia à destinations des usagers de l'agglomération orléanaise. La structure est engagée dans un programme d'échange européen autour du multimédia (Youth Four Media). Un plateau télé de direct par an est organisé à l'occasion d'un événement avec la volonté que ce plateau soit permanent. Labomédia participe avec quatre autres régions à la mise en œuvre du Plan d'éducation au Multimédia lancé par Jeunesse et Sports.
- TVonNet est une web TV locale créée en décembre 2006, un portail de ville en vidéo. Le site se compose de deux grandes parties. Le contenu de l'une, à vocation participative, peut être réalisé par les internautes, l'autre est à vocation d'album de ville en vidéo. Le modèle économique est basé sur la vente de publicités. Il existe un site pour Chartres et Orléans.
- D'autres sites peuvent être signalés, comme celui du Webjournal de l'Espace Culture Multimédia (ECM) de Bourges, réalisé par des jeunes ayant participé aux ateliers proposés par l'association Bandits-Mages ; le site de la téléblog VITIVI, créée par un réalisateur indépendant avec le Festival de Vendôme et les Rockomotives ; ou encore le site de Régie Môme, association d'éducation à l'image qui dispose d'un studio TV itinérant et qui propose sur son site les vidéos réalisées par des enfants.

Les autres télévisions

En juin 2006, le Parc de la Brenne s'est engagé dans un projet Leader+ interterritorial avec trois autres territoires (le pays basque intérieur, le parc de Millevaches en Limousin et le pays de Trégor Goëlo en Bretagne) intitulé « Comment développer une télévision participative en milieu rural ? ». Parti de quelques expériences audiovisuelles comme le numéro 0 réalisé avec TLC, le travail de l'été avec des jeunes dans le cadre de Ciné Champs et la volonté d'utiliser cet outil pour mobiliser les habitants dans la réflexion pour la charte du parc, ce projet est particulièrement original parce qu'innovant. En effet, aucune structure audiovisuelle n'est présente sur le territoire au départ du programme mais des compétences existent.

Ce sont les structures des autres territoires, adhérentes de la FNVD PQ qui vont apporter leur savoir-faire dans cette démarche, notamment par la formation des habitants qui souhaitent s'impliquer dans ce projet. Des formations au tourner-monter sont organisées à l'automne, puis à nouveau au montage au printemps pour réaliser des films thématiques. Début juin, une formation au plateau participatif a été organisée au centre social du Blanc afin de permettre la tenue de ce plateau à la fête du Parc fin juin.

Cette expérimentation doit alimenter les études transversales du projet (juridique, ressources humaines, techniques et financières) comme le feront celles qui ont lieu sur les trois autres territoires : diffusion hertzienne temporaire de trois mois en pays basque, diffusion par la TNT en Bretagne, et impact sur le territoire avec la création du Parc pour Télé Millevaches. L'étude globale doit être terminée en mars 2008 et faire l'objet d'une capitalisation avec l'édition d'un « guide » papier et numérique.

A Morand, en Indre-et-Loire, une expérience a eu lieu de septembre à décembre 2006, menée par des étudiants en carrières sociales de Tours. Dans le cadre de leur formation, huit d'entre eux ont souhaité développer un projet de télévision de médiation sur un petit village. Leur objectif était d'y associer pleinement les habitants dans une démarche participative. Ils ont donc travaillé plusieurs semaines avec du matériel prêté par l'IUT pour réaliser des films sur différents thèmes. Leur travail s'est terminé par une projection devant un public de 70 personnes dans la salle des fêtes. Les films ont permis d'introduire un débat sur chaque thème abordé (par exemple, l'intercommunalité ou la création d'activités économiques). La rencontre a également permis de présenter des films réalisés par d'autres structures associatives et d'engager une réflexion sur les médias alternatifs.

Quelle suite donner au projet ? Malgré un contact établi avec le bureau du pays, il n'y a pas encore eu de propositions concrètes pour prolonger l'action.

2 – Les partenaires

Centre Images

Créé en 2006, Centre Images est l'agence régionale pour le cinéma et l'audiovisuel, établissement public créé à l'initiative de la région Centre en partenariat avec l'Etat. L'ensemble des missions de l'agence est organisé en cinq pôles : création, diffusion, éducation, exploitation, et patrimoine.



Formation au plateau participatif

L'agence gère les aides sélectives au cinéma (soutien à l'écriture, à la production, et à la post production de courts et longs métrages) et à l'audiovisuel de la région Centre, qui représentent un budget de 1 615 000€ en 2006, dont 49% sont des aides à l'audiovisuel (20% en 2005)⁹.

Centre Images constitue un des 13 pôles régionaux d'éducation à l'image existants en France. A ce titre, l'agence a un rôle d'expertise, de conseil et d'action dans les dispositifs d'initiation au cinéma en temps scolaire, que sont *Ecole et cinéma*, *Collège au cinéma*, et *Lycéens et apprentis au cinéma*. Elle édite le guide papier et numérique « Education et formation à l'image en région Centre »¹⁰ où sont répertoriées plus de 240 structures régionales. Elle anime les Contrats Locaux d'Initiative Cinématographique (CLIC) de Dreux, Châteauroux et Vierzon, et les projets audiovisuels du dispositif *Aux Arts Lycéens et Apprentis !* qui ont conduit à la réalisation de près de 60 films. Chaque année, à l'occasion du festival du film de Vendôme, une matinée est consacrée à la diffusion de films d'élèves.

L'agence coordonne le dispositif d'initiation au cinéma en hors temps scolaire *Cinéville/Cinéchamps* devenu *Passeurs d'images*, notamment en Eure-et-Loir et en Brenne. A travers ce dispositif, une réflexion est menée autour des nouvelles pratiques audiovisuelles pour organiser des ateliers sur la télévision, la téléphonie mobile, Internet et les jeux vidéo.

Centre Images exploite les Cinémobiles, dont les camions sillonnent la Région pour permettre la diffusion de films cinématographiques en milieu rural.

L'agence dispose également d'un pôle patrimoine, destiné à la conservation et à la valorisation du patrimoine cinématographique régional. Une collecte de films amateurs régionaux a été engagée, notamment dans l'Indre et en Eure-et-Loir (convention avec le Conseil Général), afin de numériser ces films et de les mettre à disposition du public sous des formes accessibles. La rencontre « Retour vers le futur » organisée avec le cinéma apollo en mars 2007 à Châteauroux, montre un véritable engouement pour ces films, témoins du passé proche de nos territoires.

Pour assurer ces missions, l'agence dispose d'un budget de cinq millions d'euros et emploie 32 salariés (sans compter les contractuels nécessaires aux projets avec les établissements d'éducation et au Festival de Vendôme), répartis sur trois sites : Château-Renault, Fleury-les-Aubrais et Issoudun.

GIP RECIA

Constitué en 2003, le GIP RECIA a pour cocontractants l'Etat, le Conseil Régional, les universités d'Orléans et de Tours, l'association de développement et de promotion des technologies de l'information et de la communication (DPTIC). C'est à la fois un centre de ressources et de compétences techniques et un acteur opérationnel pour la mise en œuvre des services liés aux TIC que ce soit dans le domaine de l'éducation ou pour l'ensemble de la population à travers le développement des EPN (Espaces Publics Numériques). Il contribue au développement technologique de la région Centre par la fourniture de services de communication électronique pour la recherche, l'enseignement ou tout autre membre du GIP (neuf salariés).

Le déploiement du réseau haut débit de la Région a été réalisé en 2003 et 400 sites y sont actuellement raccordés (lycées, sites universitaires, établissements de recherche, sites du conseil régional et du rectorat). Le GIP apporte une assistance technique pour la mise en place des EPN (montage du dossier, assistance à la formation et au recrutement des animateurs) et assure le fonctionnement de la plateforme de télégestion des lycées (supervision et télémaintenance de l'informatique des lycées, des centres de formation des apprentis et des instituts de formation en soins infirmiers). Il a contribué au développement des Environnement Numérique de Travail (ENT) dans l'enseignement supérieur et, plus récemment, est engagé dans le développement de l'ENT destiné à l'enseignement secondaire et à la formation.

⁹ L'aide à la production télédiffusée réservée aux producteurs régionaux était, jusqu'en 2005, gérée par les services du Conseil régional. Le transfert de cette intervention en faveur de l'audiovisuel à Centre Images explique l'accroissement du nombre de projets soutenus, et partant du montant des aides.

¹⁰ Le guide est disponible sur le site de Centre Images, à l'adresse suivante : www.centreimages.fr/gefi

3 – Les professionnels

Le secteur de l'audiovisuel en région Centre représente 91 entreprises et 823 emplois (421 intermittents, 404 permanents)¹¹.

Les producteurs locaux

Les producteurs locaux estiment que les nouvelles chaînes de Tours, d'Orléans et d'Issoudun offrent une opportunité pour la diffusion de leurs productions. Une réflexion au sein d'ADTV (Association pour le Développement des Télévisions de Ville) a été engagée. Cette association regroupe quelques producteurs et associations de la région, l'objectif est d'intervenir auprès des chaînes pour obtenir des espaces de diffusion.

En outre, il existe deux associations des producteurs audiovisuels de la région Centre :

- L'Union des Producteurs Audiovisuels et Cinéma du Centre (UPACC) représente une nouvelle génération de producteurs indépendants, ils ont le souhait d'investir en plus du documentaire, le champ de la fiction.
- L'Association des Producteurs Indépendants du Centre (APIC) regroupe les principaux producteurs télé de la région, trois de ses membres bénéficiant du compte de soutien automatique du CNC.

Sans Canal Fixe est un collectif de réalisateurs réunis en association, qui développe des alternatives de production et de diffusion audiovisuelle. Ainsi, l'association s'est inscrite, dès sa création en 1998, dans le mouvement naissant du tiers secteur audiovisuel, qui revendique le soutien des pouvoirs publics en faveur de la reconnaissance et du développement des chaînes de télévision associatives.

Les établissements de formation

Le CREAM (Centre de Ressources et d'Exploitation Audiovisuelle et Multimédia de l'université François Rabelais) diffuse des magazines télévisés réalisés par les étudiants en journalisme de l'IUT de Tours. Sur la trentaine d'étudiants de cette section, huit réalisent l'émission mensuelle de 13 minutes, « Matafac », diffusée sur TV Tours. L'IUT dispose d'une régie principale avec un grand studio, d'un parc de matériel de reportage, une salle de montage analogique, une numérique et une petite régie.

L'IUT n'a que peu d'échanges avec Centre Images pour le moment, mais est intéressé par la démarche régionale de télévision participative.

L'AFPA d'Issoudun forme des « opérateurs de prise de vue – monteur sur système virtuel » et des « infographistes – metteur en page ». Elle a déjà concrétisé une collaboration avec certaines télévisions locales de la région, telles que Bip TV et TLC.

4 – Les projets des autres régions



Il n'existe pas de document qui recense les soutiens aux projets des télévisions locales de l'ensemble des régions de France. Mais il est cependant intéressant de présenter quelques-uns de ces projets, notamment pour les régions concernées par l'appel à candidatures lancé par le CSA pour la TNT en septembre.

L'Ile de France, région un peu à part, a été la première concernée par la TNT. En juin dernier, le CSA a retenu 7 projets pour les 4 canaux disponibles : 3 canaux à temps plein, occupés respectivement par Côté Seine (groupe Hersant Média), IDF1 (groupe JLA), LTF (75% NRJ et 20% Téfif) ; et un canal à temps partagé, attribué à Demain IDF, ainsi qu'à 3 chaînes associatives, à savoir BDM TV (Banlieues du monde), Cinaps TV

¹¹ Données : Culture O Centre, observatoire régional de la culture. Source : Audiens (2003).

(association regroupant des artistes, des universitaires et des chercheurs) et Télé Bocal (actuellement diffusée sur Internet).

En outre, un projet innovant de télévision participative, Polymage, a été lancé à Evry fin 2006. C'est un projet expérimental mené en partenariat avec l'association Vidéon, l'INT (Institut National des Télécommunications), l'université et la ville d'Evry. Grâce à un nouveau réseau sans fil et à un boîtier décodeur, les habitants d'Evry pourront recevoir sur leur téléviseur des films et des émissions réalisées localement. Les associations et structures de la ville pourront y participer grâce à des formations, un plateau multi-caméras et à des caméras sans fil qui permettront de réaliser des émissions depuis les quartiers. Les spectateurs ont la possibilité d'intervenir en direct grâce à une webcam ou à une caméra branchée sur un petit décodeur.

En Provence Alpes Côtes d'Azur, on peut signaler le projet TVasso. Des associations qui maillent l'agglomération marseillaise par leurs actions sociales, culturelles et audiovisuelles se sont regroupées pour proposer ce projet lors de l'appel à candidature du canal hertzien analogique de Marseille. Un des éléments essentiels du projet était l'hybridation des ressources : celles des habitants et des associations (au travers de leur bénévolat), celles des institutions, celles des entreprises, celles des créateurs. Un partenariat fort était notamment engagé avec les centres sociaux à travers le projet d'02zone TV. Ancrée dans l'économie solidaire, TVasso entendait développer un modèle économique original avec la création d'une régie publicitaire associative et l'appel à un fonds de soutien régional. Le CSA a fait le choix d'une télévision commerciale traditionnelle avec LCM, dont l'objectif est évidemment bien différent. Avec l'appel à candidatures, d'autres projets devraient émerger, sur le Pays d'Aix en particulier, porté par 02zone, et sur Marseille avec une deuxième fréquence.

L'Alsace se distingue par l'existence de nombreuses télévisions locales du câble, souvent gérées par des régies municipales (une trentaine réunies dans Canal Est). Deux projets concurrents existent aujourd'hui : Alsatic, porté par Les Dernières Nouvelles d'Alsace, et qui assure un programme régulier sur le câble mais n'a pas de canal dédié ; et TV Alsace porté par le groupe Hersant. La Région soutient les deux projets à travers des lignes culture et communication, mais n'a pas de projet spécifique concernant la télévision locale. Y aura-t-il fusion des deux projets pour une télévision régionale et une ou deux fréquences ? Pas de réponse à ce jour. A travers Iconoval, l'agence de développement économique, la région apporte son soutien au développement de l'utilisation d'Internet.

En Bretagne, un projet de télévision locale de service public (Télé iroise) est en cours de développement à Brest, terre d'expériences télévisuelles diversifiées (TéléBrest, Télévision Générale Brestoïse, Canal Ty Zef, TV Résidences...), il prévoit notamment d'accorder du temps d'antenne aux productions des habitants de la Bretagne. Trégor Vidéo, télévision associative impliquée dans ce projet, est un des partenaires du programme Leader+ menée avec le Parc de la Brenne. Par ailleurs, la Bretagne a organisé son territoire en plusieurs pôles consacrés à l'image : Rennes (cinéma d'animation et éducation à l'image), Lorient (Bureau des tournages), Brest (studio de tournage et formation) et Lannion (cinémathèque de Bretagne). TV Rennes est actuellement diffusée en hertzien mais est née il y a près de 20 ans sur le câble. Elle est gérée par Rennes Cité Média (financements privés à 49%).

En Nord-Pas-de-Calais, plusieurs rencontres concernant les télévisions locales ont eu lieu dans le cadre du réseau RAFHAEL (Réseau des Agglomérations de Flandres, du Hainaut, de l'Artois et du Littoral). A la suite du rapport Belot, ce réseau devait assurer une veille concernant le fonds d'amorçage et de soutien aux télévisions locales et le déploiement de la TNT

La Région a déjà financé des émissions transfrontalières avec la Belgique. L'appel à candidature lancé par le CSA concernera l'agglomération lilloise et peut-être la côte d'Opale où existent déjà plusieurs chaînes, notamment sur l'agglomération dunkerquoise. Le CRRAV (Centre Régional de Ressources Audiovisuelles) est un partenaire actif de la réflexion dans cette perspective.

IV – LES POLITIQUES D'INTERVENTION

L'objet n'est pas d'inventer une nouvelle politique mais de voir, au travers des politiques existantes comment soutenir les initiatives permettant de développer la télévision participative.

1 – La culture

C'est à travers les missions confiées à Centre Images que la région apporte son soutien à la création cinématographique et audiovisuelle, destinée pour partie à la télédiffusion. En 2007, la gestion de l'aide du Conseil régional à la production télédiffusée a été transférée à Centre Images, afin de soutenir la télédiffusion de programmes de qualité à forte valeur culturelle. Centre Images assure donc la mise en œuvre de la politique de soutien aux œuvres audiovisuelles établie par le Conseil régional. Il est à noter qu'il s'agit là d'un dispositif de soutien aux œuvres télédiffusées, et non aux structures de télédiffusion. La convention de partenariat entre Centre Images et France 3 constitue un exemple de cette politique de soutien aux programmes audiovisuels destinés à une télédiffusion régionale, puisqu'elle prévoit, en 2007, la réalisation de huit documentaires de 52 minutes, chacun bénéficiant d'une subvention de 15 000 euros, accordée au regard de leur ambition culturelle et artistique par une commission constituée par Centre Images.

L'éducation à l'image constitue un autre volet de l'action de Centre Images, ouvrant certaines perspectives intéressantes en matière de télédiffusion. Ainsi, le projet de télévision participative en Brenne bénéficie du concours de la Région Centre et de l'Etat, à travers les actions mises en place dans le cadre du dispositif *Passeurs d'images*, coordonné par Centre Images, au titre de ses objectifs de lutte contre l'exclusion culturelle en milieu rural. En outre, les actions menées par Centre Images en faveur de l'éducation à l'image, que ce soit hors temps scolaire dans le cadre de *Passeurs d'images*, ou dans le cadre des Contrats Locaux d'Initiative Cinématographiques (Dreux et Châteauroux), tendent à évoluer pour prendre de plus en plus en compte le domaine de la télévision, ainsi que les nouvelles pratiques audiovisuelles portées par l'avènement du numérique.

Enfin, le dispositif régional *Aux Arts Lycéens et Apprentis !* a permis la réalisation de nombreux films par les élèves de la région.

2 – L'aménagement du territoire

Soyons clairs, il n'existe pas aujourd'hui de politique spécifique dans notre règlement des pays ou des agglomérations qui permettrait de soutenir ce type de projet identifié comme télévision participative. Ce n'est que par le biais de soutiens diversifiés que cet accompagnement est possible. Dans le cadre de la politique de la ville comme pour TLC, dans le soutien à un équipement structurant de formation et de culture pour BIP TV ou par l'acquisition de matériel audiovisuel pour le Parc Régional dans la Brenne.

Lors du séminaire de la FNVDPO (Fédération Nationale des Vidéos de Pays et de Quartiers) à Châteauroux, une première rencontre avec des élus et acteurs des pays avait été organisée avec l'A3P (Association pour la Promotion de la Politique des Pays). Cette demi-journée de travail avait mis en évidence une faible mobilisation sur cette question et une réelle demande d'expertise. A cette occasion, un petit guide des élus avait été diffusé pour présenter les notions de base concernant la télévision de proximité. Un deuxième contact lors d'une réunion de tous les agents de développement des pays a confirmé l'absence de prise en compte des questions concernant les médias, et plus particulièrement l'audiovisuel, dans les démarches de développement local. A la décharge des salariés qui travaillent sur les territoires, leur champ d'intervention est déjà tellement diversifié qu'il est difficile de l'élargir encore à un secteur qui n'est pas traditionnellement intégré à leurs politiques, sauf dans la prise en compte des TIC comme mode de diffusion de l'information.

Cependant, la forte demande des citoyens d'une plus grande participation à la vie publique et d'une plus grande association à l'élaboration des politiques légitime l'utilisation de la télévision participative et des potentialités qu'elle porte. Elle permet la

mobilisation d'acteurs très différents, de tous âges et de tous milieux, à un projet de territoire, la formation à la technique audiovisuelle (faire des images, recherche d'informations, expression face à un public et interview de responsables), la mise en mémoire des transformations de ce territoire, la création de supports de débat public...

C'est un projet concret de la démocratie participative inscrite dans nos objectifs de développement durable.

3 – Les infrastructures et les réseaux

90 sites EPN ont été créés dans le cadre du dispositif de cofinancement Etat – Région mis en place en 2001 avec le soutien technique du GIP RECIA. 103 animateurs ont été formés par le GIP, dont près de 20% travaillent sur la vidéo numérique. Si les espaces publics numériques n'ont pas pour vocation première d'être producteurs d'images ou de films, ils peuvent cependant offrir des lieux références pour le faire.

Les ECM (Espaces Culture Multimédia) doivent développer et valoriser la dimension culturelle des TIC, à la fois comme outil d'accès à la culture et au savoir, et comme outil d'expression et de création. Ils bénéficient d'un accompagnement du Ministère de la Culture, notamment le soutien à des centres de ressources en ligne¹².

Le volet territorial du CPER 2007 – 2013 prévoit 17 M€ pour le fonds TIC des actions régionales transversales dont la plateforme numérique régionale.

4 – L'éducation

Tous nos lycées sont aujourd'hui câblés et les moyens techniques présents dans chaque établissement sont probablement sous-employés dans l'attente de la mise en œuvre opérationnelle des ENT. En effet, la technologie ne dispense pas de l'accompagnement humain dans la réalisation de projets qui demandent une participation active. Cela est vrai pour des lycées comme pour les habitants d'un territoire. Or, il est plus facile d'équiper nos établissements d'ordinateurs ou de caméras que de se poser la question de savoir comment, en partenariat avec l'Education nationale, nous pouvons faire émerger une télévision lycéenne qui met en valeur toute la créativité des jeunes d'aujourd'hui.

FESTIVAL DES GÉNIES DU MULTIMÉDIA 2007
Valoriser les usages pédagogiques des technologies de l'information et de la communication pour l'éducation

inscriptions : du 15 janvier au 13 avril
Dépôt des projets : jusqu'au 18 mai
Jury de pré-sélection : 2^e quinzième de juin
Festival et remise des prix : 3 octobre

Règlement et inscriptions : www.ac-orleans-tours.fr/genes-du-multimedia/
Contact : genies@multimedia.ac-orleans-tours.fr / 02 38 77 84 30

Mission TIC - IA - IPR - IEN - DAAC - DARIC - MAIRE - CRDP - IREM

académie d'Orléans-Tours
Région Centre

De nombreuses actions sont d'ores et déjà menées pour initier les jeunes aussi bien à l'audiovisuel qu'aux nouvelles technologies de l'information et de la communication. Ainsi, le projet Télémaques, mené en partenariat avec le rectorat, permet à des enseignants de travailler sur le documentaire avec l'association Savoir au Présent (Paris). Tandis que pour initier les élèves et personnels de l'enseignement primaire et secondaire à l'usage des TIC, le Festival Les génies du multimédia a été créé en 2005 par l'Académie d'Orléans-Tours et le Conseil régional du Centre. L'objet de ce festival vise plus particulièrement à repérer et mettre en valeur des actions pédagogiques des réalisations multimédias et des usages qui mettent en œuvre les TIC.

Reportages thématiques, clips vidéo ou plateaux participatifs diffusés sur le web ou en public, tout cela est déjà aujourd'hui possible. De nombreux films sont déjà réalisés au cours de projets spécifiques, traces du travail des élèves dans le cadre des politiques *Lycéens Citoyens*, *Aux Arts*

Lycéens et Apprentis ! ou *Trans'Europe Centre*. A titre d'exemple, on peut citer le film « 100 issues », réalisés par des élèves du lycée Pierre-Emile Martin de Bourges, dans le cadre de *Lycéens Citoyens* et en partenariat avec l'ANPAA (Association Nationale de

¹²

Sites : www.medias-cité.org ; www.videontv.org

Prévention en Alcoologie et Addictologie). Le travail réalisé autour de Radio Lycée mérite également d'être analysé pour savoir comment on peut le transposer à une télévision participative au lycée.

Une chose est certaine : un projet de télévision dans un lycée a la même force mobilisatrice que sur un territoire. Il donne un objectif visible au travail demandé, il permet à chacun de mettre en œuvre des compétences variées, il valorise les auteurs et il apporte une lisibilité à un établissement.

5 – La communication

Nous sommes dans le champ de la communication institutionnelle et c'est un secteur toujours sujet à critique de la part de l'opposition à l'exécutif d'une collectivité : soit elle est insuffisante ou inefficace et ne permet pas la visibilité de la collectivité, soit elle est trop coûteuse et suspectée de servir la majorité en place.

L'objectif d'une politique de communication est de permettre la lisibilité des politiques régionales pour l'ensemble des citoyens et de faire la promotion de leur territoire en montrant en quoi il est attractif. Elle se fait par le biais de supports propres à la collectivité (plaquettes, site Internet, DVD) ou par l'intermédiaire des médias locaux (encarts publicitaires dans les journaux, messages radio ou télévisions).

Actuellement, seul le partenariat avec TV Tours a été concrétisé pour une enveloppe de 50 000 €. Il est en cours pour Orléans TV. Il permet à notre collectivité l'achat d'espace pour huit campagnes par an et un parrainage de deux ou trois émissions choisies en concertation.

De plus en plus souvent, on constate que des collectivités locales financent directement des médias télévisuels par l'achat d'émissions ou la participation au capital des sociétés. Notre collectivité a-t-elle cette ambition ? L'argent public doit-il servir au développement de télévisions commerciales qui ont pour premier objectif la rentabilité ? Doit-il au contraire se donner pour ambition de développer l'expression citoyenne et ainsi de favoriser la démocratie locale ?

6 – La formation professionnelle et l'apprentissage

Au même titre que les lycées, les CFA de la Région sont câblés et disposent d'équipement leur permettant de s'inscrire dans les projets citoyens.

Les différents visas concernant les savoirs de base ont fait la preuve de leur pertinence. Pourquoi ne pas songer à un visa « audiovisuel » ? Savoir utiliser une caméra, s'exprimer devant un micro, analyser une information et créer un petit film est une initiation qui peut se réaliser en quelques heures.

Des formations existent déjà en région Centre, notamment à l'AFPA d'Issoudun et à l'IUT de Tours. Lors du séminaire de la FNVDPO à Châteauroux, cette question avait été évoquée, et une étude a été financée par Jeunesse et Sports au niveau national sur la mise en œuvre d'une formation adaptée à des animateurs pour ce type de projets par le biais de la VAE. En effet, il ne s'agit pas seulement de former de bons journalistes ou techniciens de l'audiovisuel mais de former des personnes à l'animation et aux dynamiques locales autour d'une télévision plus participative.¹³

7 – La coopération décentralisée et l'Europe

Une réflexion sur la télévision à l'échelle régionale ne peut aujourd'hui se comprendre sans prise en compte du contexte international dans lequel se développent les médias. Nous savons tous le rôle joué par les médias, notamment américains, sur la guerre du Golfe et l'intervention en Irak. Partout où il y a des tensions et des crises, les médias ont un rôle capital. C'est le cas au Venezuela, au Moyen Orient.

La commission européenne possède un fonds documentaire important qu'elle peut mettre à disposition des télédiffuseurs. Elle peut également aider à la réalisation de films concernant la citoyenneté européenne.

¹³ Voir le site de la FNVDPO : <http://vdpq.free.fr/>

Les échanges et projets que réalisent les associations dans le cadre de la coopération décentralisée font aussi l'objet de nombreux films. Cependant lors des rencontres qui se tiennent chaque année en novembre, aucun reportage n'est venu illustrer à ce jour les témoignages de nos amis étrangers. L'occasion en sera peut-être donnée lors du rendez-vous du 17 novembre 2007 avec les ateliers sur la liberté d'expression et sur la démocratie locale.

La mondialisation des échanges conduit à une certaine homogénéisation des modes de vie, voire de pensée mais elle permet également de s'enrichir de nos différences. C'est ce que montre par exemple l'expérience du journal international des quartiers réalisé par Vidéon et Zaléa TV ou les échanges entre Télé Millevaches et Télé Yaka au Burkina Faso. Au même titre que le théâtre ou la musique, la réalisation participative de films est un outil de partage culturel entre les peuples.

8 – L'économie et l'emploi

Le dispositif de soutien à l'emploi associatif Cap'Asso est particulièrement bien adapté au démarrage de projets qui émanent au départ de collectifs informels, non encore structurés et qui, par le biais associatif, vont pouvoir réfléchir à leur organisation, à leur financement, grâce aux emplois ainsi créés.

La structure économique idéale des télévisions locales, en particulier participatives, n'a pas encore été trouvée. Placées dans un secteur concurrentiel de production audiovisuelle, elles visent également l'utilité sociale et peuvent relever de ce qu'on appelle le Tiers Secteur ou l'Economie Solidaire. La licence professionnelle Management des Organisations du Tiers Secteur et de l'Economie Solidaire (MOTSES) de l'IUT de Châteauroux sera en particulier amenée à réfléchir à cette question dans le cadre du projet de la Brenne.

Les télévisions peuvent, au même titre que toutes les entreprises, bénéficier des politiques de soutien à la création d'emplois de la Région.

9 – Le développement durable et l'environnement

La région soutient les associations à travers le dispositif des conventions vertes. Dans ce cadre, ainsi que dans le dispositif précédent des contrats verts, le travail d'information et d'éducation à l'environnement s'accompagne souvent de la réalisation de supports audiovisuels réalisés par les associations elles-mêmes. C'est également le cas dans les projets menés par les lycéens en collaboration avec les associations. Au delà de l'intérêt des documentaires pouvant être réalisés sur les thématiques de l'environnement, c'est la dynamique créée par la réalisation du film qui peut permettre la prise de conscience des citoyens et en particulier des jeunes sur les enjeux de cette réflexion. La démarche est en adéquation avec l'objectif de renforcement du processus démocratique.



Tournage d'un sujet de TLC

V – PROPOSITIONS

Plusieurs conditions sont donc aujourd'hui réunies pour permettre l'émergence de télévisions participatives en région Centre : le contexte juridique et économique et les évolutions technologiques se prêtent au développement de télévisions locales ; de nombreux acteurs en région Centre sont concernés par un tel projet ; et, enfin, la région dispose de multiples politiques pour intervenir en faveur de la création ou du soutien des télévisions participatives. Il reste donc à envisager maintenant quelles peuvent être les actions à mettre en œuvre, à la fois, pour accompagner les évolutions technologiques en cours (TNT, plateforme numérique), pour alimenter la réflexion sur ce projet et pour en diffuser l'information, et, enfin, pour soutenir les projets les plus innovants.

1 – L'arrivée de la TNT

Dès septembre prochain, les télévisions ayant obtenu des fréquences en analogique hertzien pourront basculer en numérique sans passer par un appel à candidatures. Ce sera le cas pour TV Tours, Orléans TV et pour BIP TV.

Cependant, le basculement sur la TNT des chaînes locales, qui héritent du multiplexe R1 des émetteurs TDF par déplacement de France 4, entraîne d'importants coûts financiers. Le coût de cette diffusion doit être partagé entre toutes les chaînes locales, que l'émetteur diffuse ou non, ce qui représente environ 140 000€ supplémentaires par an à financer (au détriment bien sûr des moyens consacrés à la production ou à l'achat de contenus). En outre, ce basculement va peu à peu libérer les fréquences analogiques actuellement bloquées et permettre l'émergence d'autres télévisions locales. Le problème de la capacité économique à monter et financer une télévision reste posé. Le CSA s'est engagé à une grande consultation fin 2007 pour faire le point sur cette mutation.

La collectivité régionale doit donc s'interroger sur la manière d'accompagner cette transition par ses politiques sectorielles et de favoriser les collaborations permettant à des projets de canal partagé de voir le jour. Son rôle est de donner une cohérence globale à ces aides.

2 – L'information, l'analyse et la formation

Un projet de télévision participative concerne l'ensemble des domaines d'intervention de la collectivité régionale, tous ses acteurs doivent donc être associés à mise en œuvre. Dès lors, il importe de donner à cette transversalité les moyens nécessaires à sa mise en œuvre, en mettant notamment l'accent sur la diffusion de l'information relative au projet et sur la formation des personnes concernées par le sujet. Afin de nourrir la réflexion sur ce projet et de diffuser les informations qui émanent de cette réflexion, plusieurs actions peuvent être envisagées.

Au sein de la collectivité régionale, tout d'abord, le groupe de travail mis en place pour l'élaboration de ce rapport pourra assurer un suivi de la mise en œuvre des orientations préconisées ainsi que la poursuite de la réflexion en lien avec les partenaires incontournables que sont le GIP RECIA et Centre Images. Il pourra s'élargir à ceux qui souhaitent s'investir dans l'élaboration des propositions sur cette question.

Il peut également être pertinent de mettre en place, au sein de la collectivité, une mission de suivi des différentes problématiques soulevées par un tel projet, telles que les évolutions technologiques (arrivée de la TNT), la participation des publics, etc. Les informations sur les actions menées par les différentes directions et concernant le projet de télévision participative pourraient ensuite être regroupées sur la plateforme numérique régionale.

En outre, afin de sensibiliser le public au thème de l'usage participatif de l'audiovisuel, une rencontre sera organisée prochainement pour croiser la réflexion théorique et le partage d'expériences sur les nouvelles pratiques audiovisuelles, notamment celles des jeunes. En partenariat avec l'Education nationale, les universités, Centre Images et le GIP RECIA, ainsi que les associations qui pourront apporter leurs compétences et

expériences, cette journée sera consacrée aux nouveaux usages de l'audiovisuel et du multimédia par les jeunes. Ainsi, cette rencontre permettra d'approfondir certaines questions soulevées dans ce rapport et de montrer concrètement quelles sont les productions existantes, ainsi que les possibilités d'alimenter une « future télévision régionale ». Elle sera également l'occasion d'écouter les jeunes, de voir certaines de leurs réalisations et de les associer pleinement à notre réflexion.

Enfin, au niveau interrégional, la réflexion autour de l'intervention de la collectivité régionale dans un projet de télévision participative doit se faire en concertation avec les autres régions, notamment au regard des questions de la transversalité et du recoupement des informations concernant à la fois les politiques mises en œuvre, le calendrier des projets et des rencontres de plus en plus nombreuses. C'est pourquoi des contacts ont été pris avec l'Association des Régions de France (ARF) pour mettre en place un groupe de travail spécifique. Notre vice-présidente chargée de la culture participe à la commission Culture de l'ARF. Elle s'est vue confier au sein de cette commission l'animation d'un groupe de travail sur le cinéma et l'audiovisuel. Il pourrait être intéressant de faire le point sur la réflexion engagée par les collectivités concernant les télévisions.

Par ailleurs, dans le cadre d'une coopération interrégionale, une coopération avec la région des Pays de la Loire peut être envisagée, l'axe ligérien pouvant servir de base à des programmes audiovisuels susceptibles d'intéresser les télédiffuseurs des deux régions (Télé Nantes, Nantes 7, Angers 7, TV Tours, Orléans TV).

Outre la nécessité de veiller à une diffusion efficace de l'information sur le projet, il importe également d'être attentif à l'effort de formation des personnes concernées par le projet et aux débouchés professionnels que cela représente. Le travail que mène actuellement Culture O Centre concernant l'emploi culturel doit permettre de préciser quels sont les emplois qui concernent le secteur de l'audiovisuel et les besoins en formation qui peuvent découler d'un développement de la télévision locale.

Des formations techniques sont déjà dispensées par des organismes de formation comme l'AFPA mais elles doivent être adaptées pour permettre l'accompagnement de projets participatifs. En effet, la création d'une télévision de ce type sur un territoire impose non seulement de résoudre des problèmes techniques et structurels mais également de réfléchir aux questions de formation des personnes impliquées dans le projet.

Il convient donc pour notre collectivité de réfléchir aux contenus de ces formations audiovisuelles.

3 – Soutien à des projets innovants

La région doit également réfléchir à l'opportunité d'apporter son soutien à des projets innovants, en partant de l'expérience déjà évoquée du plateau participatif en Brenne. Le travail qui se mène actuellement sur la Brenne doit conduire en 2008 à la capitalisation des études menées. Le guide produit sera un outil d'aide aux porteurs de projets de télévisions participatives dans les pays. La Région peut s'engager à valoriser ce travail, à le populariser auprès des acteurs des territoires puis à soutenir les projets innovants qui pourraient naître avec la troisième génération de contrats de pays. La dynamique créée pour l'organisation de plateaux participatifs permettrait en effet de mobiliser les conseils de développement d'une façon concrète. Compte tenu des projets nombreux et divers existant dans l'Indre et de l'entité Berry identifiée comme territoire pertinent, une rencontre a eu lieu à Issoudun en décembre 2006 pour étudier la possibilité d'un projet global autour de la diffusion. Un long travail reste à faire pour que des objectifs communs émergent dans le respect des spécificités de chacun et en complémentarité.

4 – La plateforme numérique régionale

Des réflexions sont en cours afin d'évaluer la pertinence de création d'une plateforme régionale d'hébergement numérique. Cette ressource répondrait aux besoins de projets régionaux inscrits au contrat de projets et dans les programmes européens : la

plateforme régionale de géomatique, la plateforme d'hébergement d'e-administration et l'hébergement mutualisé des espaces numériques de travail.

Elle pourrait également servir de cadre à une plateforme de télévision locale avec cinq types de services : une diffusion de flux avec la mise en séquence automatique de films locaux, la gestion et la distribution de vidéos (constituant des mini-chaînes thématiques), des espaces de travail collaboratifs, des outils de production collaborative, une géolocalisation des vidéos.

Centre Images, de son côté, a réfléchi au contenu d'une plateforme proposant un portail avec l'accès à trois chaînes spécialisées (création, patrimoine et éducation).

Le fonds audiovisuel existant est déjà considérable mais il est nécessaire à terme de disposer d'un outil de diffusion à la fois adapté et efficace. Il appartient au GIP RECIA d'accompagner la région dans la réflexion et la mise en place de ces outils.

CONCLUSION

Si la plupart des régions sont appelées à s'investir dans les télévisions locales, soit par le soutien à la production, soit par un soutien économique, aucune n'a à ce jour engagé de réflexion globale sur une politique transversale de développement des télévisions participatives. Répondre au coup par coup aux demandes des différents acteurs est certes nécessaire mais notre réflexion doit être plus approfondie afin de proposer une politique cohérente et globale sur cette question.

Dans une société où se développent l'individualisme et la valorisation de la réussite personnelle, nous devons nous interroger sur le « vivre ensemble ». Le lien social était autrefois automatique du fait des relations dans le travail, dans les familles ou les différentes organisations comme les syndicats ou les associations. Ce lien, il faut aujourd'hui le créer par des rencontres diversifiées et donc maximiser la possibilité de se rencontrer pour les différentes populations. La richesse est en partie liée à la diversité des contacts. Dans une télévision participative, ce n'est pas seulement le résultat qui est important mais aussi les rencontres qui ont pu se réaliser lors du travail en commun : rencontres entre générations, entre habitants de quartiers différents, entre professionnels et bénévoles, entre élus et citoyens.

Les reportages vont permettre aux bénévoles de comprendre leur territoire, vont servir de support à des débats. Les plateaux participatifs vont favoriser l'éducation à l'image, la compréhension des nouveaux outils techniques et le développement des capacités à s'exprimer. N'est-ce pas ce que nous souhaitons tous, des habitants qui soient acteurs du développement local et des citoyens ouverts au monde ?

Alors bien entendu la télévision, même si elle se dit locale ou de proximité, reste encore pour la plupart des acteurs de notre collectivité, l'outil présent dans leur vie privée même si beaucoup ne la regardent pas très souvent. L'audiovisuel a aujourd'hui envahi toutes les sphères de la vie, aussi bien privée que collective. Quels objectifs nous donnons-nous pour ses différents usages ? Quels moyens voulons-nous y consacrer ? Comment nous préparons-nous aux bouleversements qui sont en train de se produire ? C'est à cette réflexion que vous convie ce rapport.

RESSOURCES BIBLIOGRAPHIQUES

Livres

- Dominique Wolton, Sauver la communication, Flammarion, 2007
- Joël de Rosnay, La révolte du pronétariat, Fayard, 2006
- Armand Mattelart, La communication monde, La découverte, 2005
- Rémy Rieffel, Sociologie des médias, Ellipses, 2005 (2^{ème} édition)
- Pierre Bourdieu, Sur la télévision, Raisons d'agir, 1996

Lois, rapports législatifs, colloques, études

- Loi n°86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication modifiée et complétée, notamment, par la loi n°2000-719 du 1 août 2000, la loi n°2004-669 du 9 juillet 2004, et par la loi n°2007-309 du 5 mars 2007
- Rapport du Sénat n° 417 sur « Le financement des télévisions locales » (2005). Rapporteur : Claude Belot.
- Rapport du Sénat n°413 sur « L'évaluation de l'impact de la libéralisation de la publicité télévisée » (2005). Rapporteur : Philippe Leroy.
- Synthèse « Les télévisions de proximité dans l'espace régional », juin 2005 http://www.centreimages.fr//outils_parution.php
- Colloque « Télévisions d'initiative publique locale : 20 ans, la force de l'âge », Assemblée nationale, 14 octobre 2004
- Etude Opermind/GIP RECIA, décembre 2006

Sites Internet

Institutions de régulation, de distribution et d'observation de l'audiovisuel

- www.csa.fr
- www.art-telecom.fr
- www.anfr.fr
- www.tdf.fr
- www.mediametrie.fr

Fédérations de collectivités, de télévisions locales et participatives

- www.avicca.org
- <http://vdpq.viabloga.com>
- www.tlsp.fr

Structures régionales

- www.centreimages.fr
- www.recia.fr
- www.labomedia.org
- <http://ecm4.nexenservices.com/lewebjournal/>
- www.bandits-mages.com
- www.carambolimages.com
- www.orleanstv.fr
- www.tourstv.fr
- www.tlctv.fr
- www.bip-tv.fr
- www.lessentiel.info
- www.tvonnet.fr
- www.vendometivi.blogspot.com

ANNEXES

1 – Lettre de mission (octobre 2005)	35
2 – Carte des télévisions locales en France	36
3 – Carte des télévisions locales en Europe	40
4 – Tableau comparatif des télévisions locales en France et en Europe	41
5 – Médias du Tiers secteur, Appel de Marseille (8 mai 2006)	42



Le Président

Orléans le

28 OCT. 2005

Madame la conseillère régionale et Chère collègue,

Comme vous le savez, les télévisions dites « participatives », connaissent un développement significatif et structuré depuis le début de l'année 2004. Accompagnant cette évolution naissent et s'ouvrent de nouvelles et nombreuses perspectives qui incitent le conseil régional à se positionner sur les opportunités de son éventuelle participation à la création ou au soutien de ce type de télévision.

Je souhaiterais vous confier une mission d'expertise et de propositions dont l'objet consisterait à établir les éléments d'une éventuelle intervention régionale.

Afin d'identifier l'existant et de déterminer les perspectives d'actions, je vous propose de travailler dans quatre grandes directions :

- En vous appuyant sur la récente étude du GIP Recia, établir un diagnostic sur l'état actuel des possibilités de diffusion par le biais du numérique hertzien, de l'ADSL ou bien d'Internet moyens qui peuvent, à terme, favoriser le déploiement d'une télévision participative.
- Dresser un état des lieux des projets existants au sein de certaines structures locales comme les pays ou les agglomérations et procéder au recensement des structures ou lieux de créations audiovisuelles.
- Mener une réflexion sur l'impact des évolutions technologiques de ce secteur dans les pratiques de communication.
- Etudier les possibilités d'un soutien à des projets audiovisuels de lycéens et d'apprentis via les sites dédiés WebTV ou les concours vidéo thématique.

Cette mission transversale sera conduite sous l'autorité d'Isabelle Gaudron, vice-présidente chargée de la culture en lien étroit, pour le secteur qui les concernent, avec Jean-Michel Bodin vice-président chargé des infrastructures et des transports, Dominique Roulet vice-président chargé de l'aménagement du territoire, des politiques territoriales contractuelles et du fonds Sud.

Je vous prie d'agréer, Madame la conseillère régionale et Chère collègue, l'expression de ma considération distinguée.

Dominique FLEURAT
87 rue Raspail
36000 CHATEAUROUX

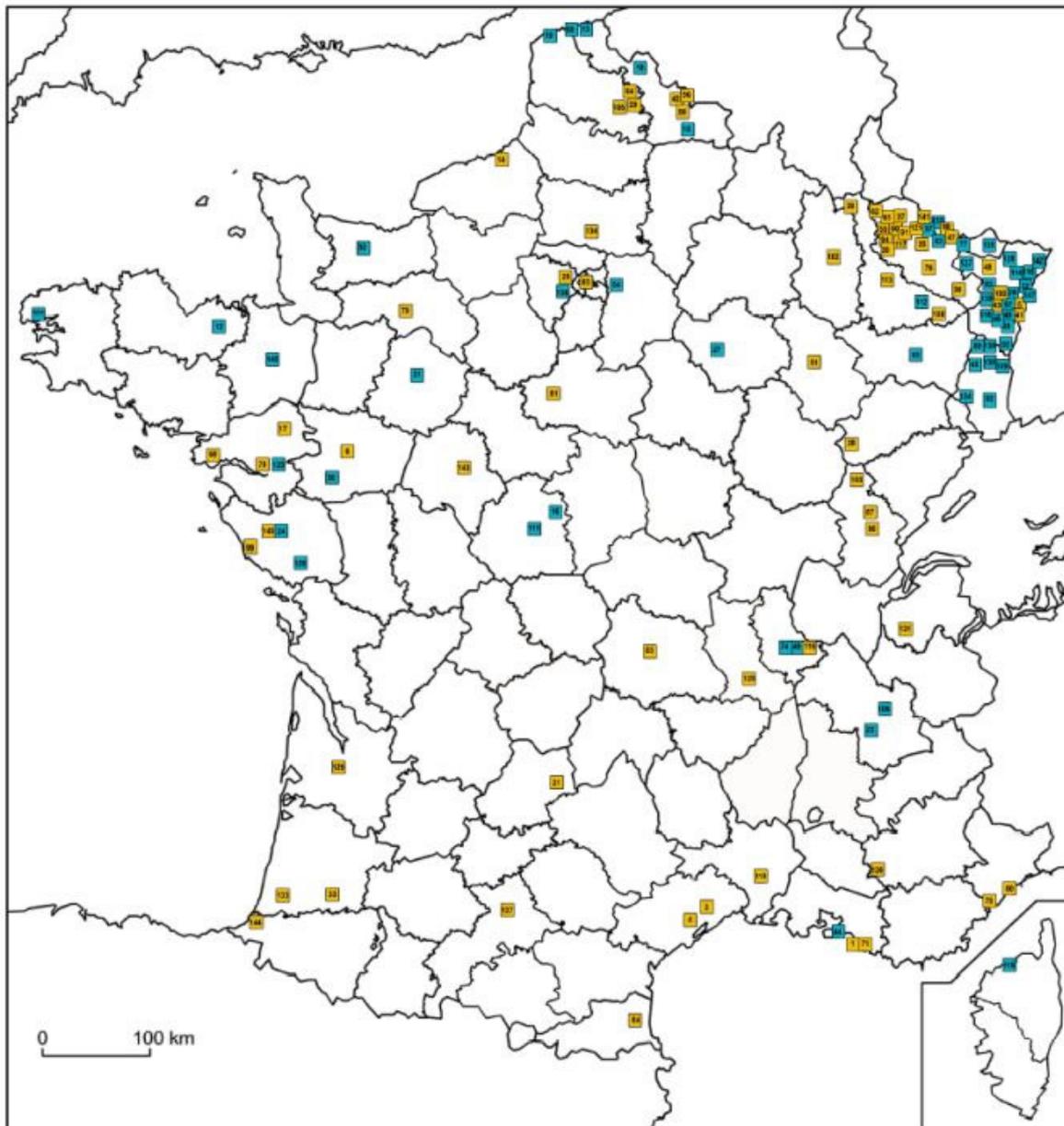
Amuechant à loi

Michel SAPIN

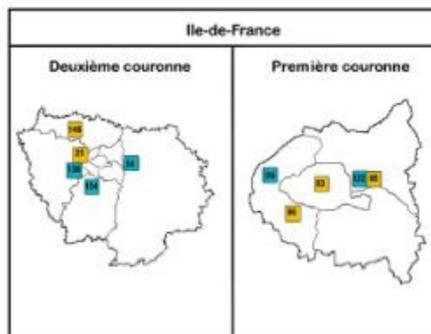
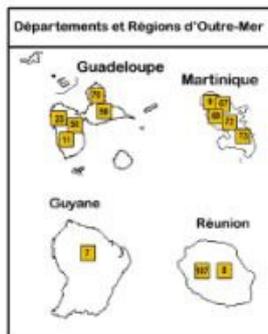
Conseil régional du Centre
9, rue Saint-Pierre Lentin - 45041 Orléans Cedex 1
Tel. : 02 38 70 30 30 - Fax : 02 38 70 31 18 - www.regioncentre.fr



Les Télévisions Locales



Chaînes locales		Chaînes locales membres de TLSP <i>(selon des télévisions locales de service public)</i>
		Autres Chaînes locales



N° CARTE	CHAINE	VILLE	DPT	Diffusion						
				H	C	S	W	A		
1	02 ZONE TV	Marseille	13							
2	7 A LIMOGES	Limoges	87							
3	7L MONTPELLIER	Montpellier	34							
4	AGDE TV	Le Cap d'Agde	34							
133	ALEGRIA	Dax	40							
5	ALSATIC TV	Strasbourg	67							
6	ANGERS 7	Angers	49							
7	ANTENNE CREOLE GUYANE	Guyane	973							
8	ANTENNE REUNION	La Réunion	974							
9	ANTILLES TELEVISION (ATV)	Martinique	972							
10	ARCABLE	Remiront	88							
11	ARCHIPEL 4	Guadeloupe	971							
12	ARMOR TV	Dolo	22							
13	ASTV	Grande-Synthe	59							
14	ATMOSPHERE TV	St-Martin-en-Campagne	76							
15	BEFFROI VISION	Le Cateau-Cambrésis	59							
16	BIP TV	Issoudun	36							
17	C LA 9 CHATEAUBRIANT	Châteaubriant	44							
18	C9 TELEVISION	St-André-Lez-Lille	59							
19	CALAIS TV	Calais	62							
22	CANAL 9	Pont-de-Claix	38							
23	CANAL 10	Guadeloupe	971							
24	CANAL 15	La Roche-sur-Yon	85							
26	CANAL 26 (*)	Schiltigheim	67							
27	CANAL 32 - TV LOCALE DE TROYES	St-André-les-Vergers	10							
28	CANAL 70	Gray	70							
21	CANAL 8 LE MANS	Le Mans	72							
29	CANAL BREBIERES	Brévieres	62							
30	CANAL CHOLET	Cholet	49							
54	CANAL COQUELICOT (#)	Torcy	77							
31	CANAL FI	Figeac	46							
32	CANAL GAMBESHEIM (*)	Gambesheim	67							
33	CANAL HA!	Hagetmau	40							
34	CANAL HUIT BRUYERES	Bruyères	88							
35	CANAL INFO LONGEVILLE	Longeville	57							
36	CANAL LOCAL D'ABRESCHVILLER	(CLTA) Abreschwiller	57							
37	CANAL LOCAL DE BASSE-HAM	Basse-Ham	57							
38	CANAL LOCAL DE BENFELD (*)	Benfeld	67							
39	CANAL LOCAL DE LONGUYON	Longuyon	54							
40	CANAL LOCAL D'ERSTEIN (*)	(CLE) Erstein	67							
41	CANAL LOCAL D'ILLKIRCH	Illkirch	67							
42	CANAL LOCAL VALENCIENNOIS	Valenciennes	59							
43	CANAL LOCALE DE LINGOLSHEIM	Lingolsheim	67							
44	CANAL MARITIMA	Martigues	13							
45	CANAL MUNSTER (*)	Munster	68							
46	CANAL ROSHEIM (*)	Rosheim	67							
47	CANAL STIM	Stiring-Wendel	57							
48	CANAL WINGEN	Wingen-sur-Morder	67							
49	CAP CANAL	Lyon	69							
50	CARRIB'IN TV	Guadeloupe	971							

DIFFUSION HERTZIENNE	DIFFUSION CABLE	DIFFUSION SATELLITE	WEB TV EN CONTINU ET TELECHARGEMENT	WEB TV EN TELECHARGEMENT	DIFFUSION ADSL
-------------------------	--------------------	------------------------	---	-----------------------------	-------------------

EN BLEU : CHAINES MEMBRES DE TLSP - (*) : CHAINES MEMBRES DE CANAL EST - (#) CHAINES MEMBRES DE TELIF



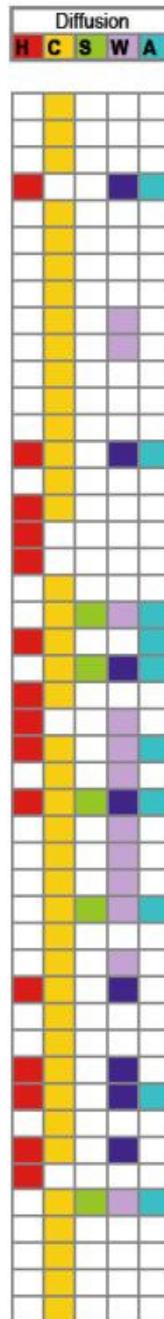
N° CARTE	CHAINE	VILLE	DPT	Diffusion				
				H	C	S	W	A
51	CHAUMONT TV	Chaumont	52					
52	CITYZEN TELEVISION	Hérouville-St-Clair	14					
53	CLERMONT 1ère	Clermont-Ferrand	63					
55	CREFIOTES TV	Rosselange	57					
56	CRESPIN TELEVISION	Crespin	59					
57	CVS	Creutswald	57					
58	DELTA TV	Gravelines	59					
59	ECLAIR TV	Guadeloupe	971					
60	ESPACE ATV	Anneville	57					
61	FENETRES SUR FLORANGE	Florange	57					
62	HAYANGE INFO	Hayange	57					
63	HVS	Hombourg-Haut	57					
64	IL TV (CA d'Hénin Carvin)	Oignie	62					
65	IMAGES PLUS	Epinal	88					
66	ISSY TV	Issy-les-Moulineaux	92					
67	KMT	Martinique	972					
68	LA BAULE TV	La Baule	44					
69	LA CHAINE CIVIQUE	Fort-de-France	972					
70	L'A1 GUADELOUPE	Guadeloupe	971					
71	LCM MARSEILLE	Marseille	13					
72	LE CANAL LOCAL	Fort-de-France	972					
73	LE CANAL LOCAL LCL	Le Lamentin	972					
74	LYON TV	Lyon	69					
75	MLN	Mandelieu-la-Napoule	06					
76	MORHANGE TV	Morhange	57					
77	MOSAIK	Sarreguemines	57					
78	NANTES 7	Nantes	44					
79	NORMANDIE TV	Mortrée	61					
80	NTV NICE TELEVISION	Nice	06					
81	ORLEANS TV	Orléans	45					
82	PARABOLES *	Mulhouse	68					
83	PARIS CAP	Paris	75					
84	PERPIGNAN INFO	Perpignan	66					
85	PIERISEL TV (*)	Ste-Croix-aux-Mines	68					
86	PLOMBIERES TV	Archettes	88					
87	POLIGNY TELEVISION	Poligny	39					
89	QUERCY TV	Le Quesnoy	59					
92	REFLETS 8 (*)	Marckolsheim	67					
90	REGARD SUR...	Fonciné-le-Haut	39					
91	REGARDS SUR LA VILLE	Talange	57					
93	ROHAN TV (*)	Saverne	67					
94	ROMBAS TV (RTV)	Rombas	57					
95	ROSNY TELEVISION (RTV) (#)	Rosny-sous-Bois	93					
96	RUEIL TV (#)	Rueil-Malmaison	92					
97	STRASBOURG TELEVISION (*)	Strasbourg	67					
98	STV	Schoneck	57					
99	TELE 102	Les Sables d'Olonne	85					
100	TELE ALSACE	Schiltigheim	67					
101	TELE BREST	Brest	29					
102	TELE DIEUE	Dieue-sur-Meuse	55					

DIFFUSION HERTZIENNE	DIFFUSION CABLE	DIFFUSION SATELLITE	WEB TV EN CONTINU ET TELECHARGEMENT	WEB TV EN TELECHARGEMENT	DIFFUSION ADSL
-------------------------	--------------------	------------------------	---	-----------------------------	-------------------

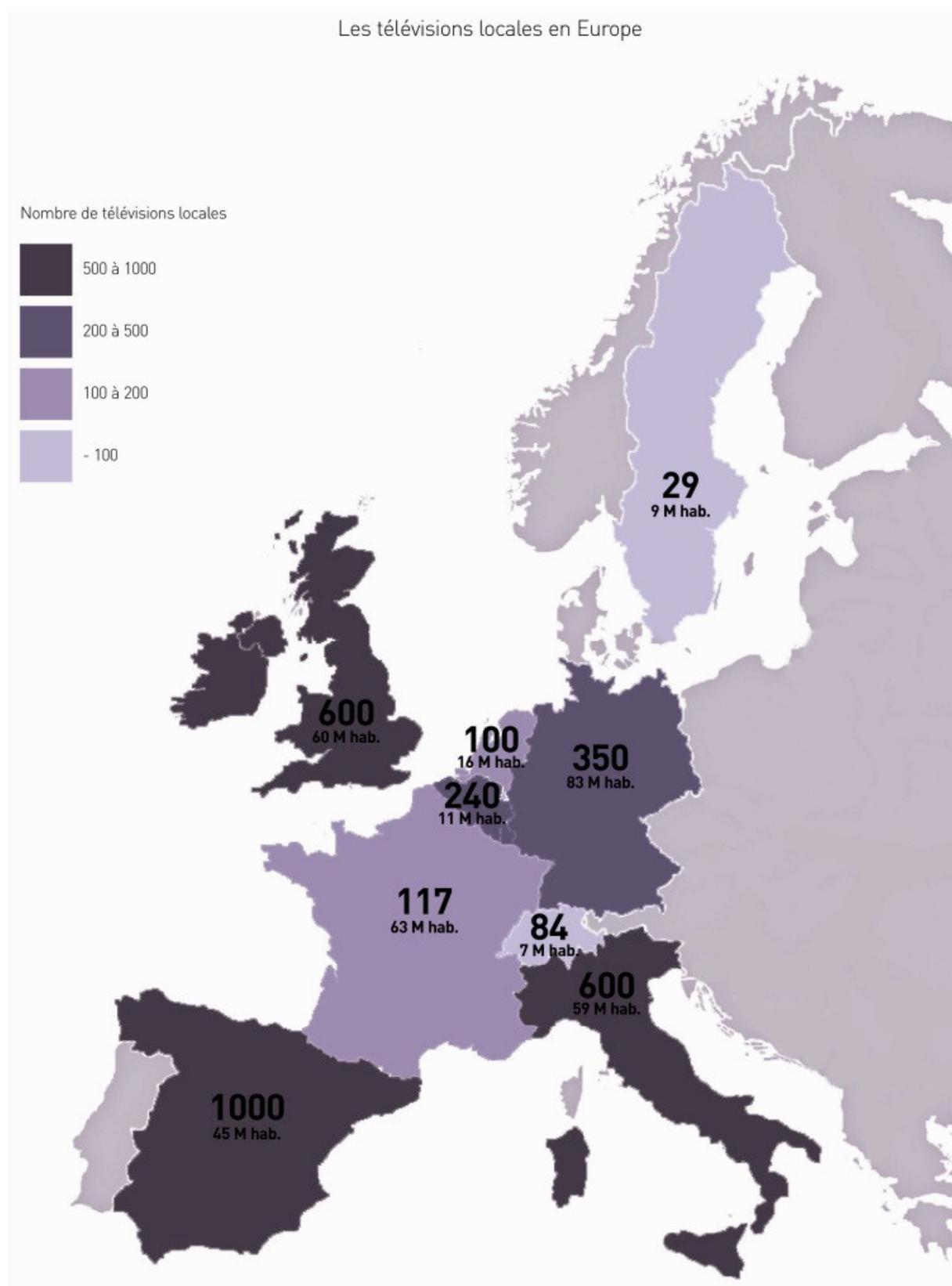
EN BLEU : CHAINES MEMBRES DE TLSP - (*) : CHAINES MEMBRES DE CANAL EST - (#) CHAINES MEMBRES DE TELIF



N° CARTE	CHAINE	VILLE	DPT	Diffusion				
				H	C	S	W	A
103	TELE DOLE	Dole	39					
104	TELE DOLLER (*)	Sickert	68					
105	TELE GOHELLE	Méricourt	62					
106	TELE GRENOBLE	Meylan	38					
107	TELE KREOL	La Réunion	974					
108	TELE LOCALE DE BACCARAT (TLB)	Baccarat	54					
109	TELE LOCALE DE BIESHEIM (*)	(TLB) Biesheim	68					
110	TELE LOCALE DE BISCHWILLER (*)	(TLB) Bischwiller	67					
111	TELE LOCALE DE CHATEAUXROUX	(TLC) Châteauroux	36					
112	TELE LOCALE DE LUNEVILLE	(TVL) Luneville	54					
113	TELE LOCALE DE MARBACHE	(TVLM) Marbache	54					
114	TELE LOCALE D'OBERHOFFEN (*)	(TVO) Oberhoffen	67					
115	TELE LOCALE D'OTTROT (*)	(TVO) Ottrott	67					
116	TELE LYON METROPOLE (TLM)	Lyon	69					
117	TELE MAIZIERES (TVM)	Maizières-les-Metz	57					
118	TELE MIROIR	Nîmes	30					
119	TELE PAESE	Balagne - Haute Corse	2					
120	TELE SUD VENDEE	Luçon	85					
121	TELE VIDEO DE GUERTING	Guerting	57					
122	TELE VISION-MONTREUIL (#)	(TVM) Montreuil	93					
123	TELENANTES	Nantes	44					
124	TELESSONNE (#)	Massy	91					
125	TL7 TELEVISION LOIRE 7	Andrésieux-Bouthéon	42					
126	TLP LUBERON	Céreste	04					
127	TLT	Toulouse	31					
128	TV 3 VALLEES (*)	Reichshoffen	67					
131	TV 8 MONT BLANC	Sevrier	74					
132	TV 8 MOSELLE EST	Forbach	57					
134	TV AIME	Montataire	60					
135	TV CRISTAL	Bitche	57					
136	TV FIL 78 (#)	Guyancourt	78					
137	TV GIC BOUQUENOM (*)	Sarre-Union	67					
139	TV LOCALE DU VAL D'ARGENT (TLVA) *	Ste-Croix-aux-Mines	68					
140	TV RENNES35	Rennes	35					
141	TV Rosselle (TVR)	Petite Rosselle	57					
142	TV SALETIO (*)	Seltz	67					
143	TV TOURS	Tours	37					
129	TV7 BORDEAUX	Bordeaux	33					
130	TV7 COLMAR (*)	Colmar	68					
144	TVPI Câble	Bayonne	64					
145	VENDEE IMAGE	La Roche-sur-Yon	85					
146	VO-TV Val d'Oise (#)	Pontoise	95					
147	WANTZ NEU'S TV (*)	La Wantzenau	67					
20	WOIPPY TV	Woippy	57					
138	WTW WASSELONNE (*)	Wasselonne	67					
25	YVELINES PREMIERES	St-Germain-en-Laye	78					



EN BLEU : CHAINES MEMBRES DE TLSP - (*) : CHAINES MEMBRES DE CANAL EST - (#) CHAINES MEMBRES DE TELIF



PAYS	NOMBRE DE CHAINES DE TV LOCALE	NOMBRE DE DIFFUSION ET ORGANISATION TERRITORIALE	FINANCEMENT DES CHAINES
ALLEMAGNE	Environ 350 chaînes avec 4 segments : - fenêtres régionales (10) - chaînes d'agglomération (9) - chaînes locales (250) - TV locales citoyennes (60)	- 80 canaux ouverts - câble (58 %) et satellite (37 %)	Fenêtres = chaînes nationales + pub Agglo = pub + sponsoring Locales = pub + sponsoring Citoyennes = subventions
ESPAGNE	Environ 1000 chaînes Privées : 800 Publiques : 150 Mixtes : 50 (25 % sous le contrôle des groupes TV)	- projet d'organisation en 250 zones géographiques (en 2005) - voie hertzienne principalement - câble (un peu)	Publiques : subventions + pub Privées : publicité + parrainage d'émissions
GRANDE BRETAGNE	Environ 600 chaînes locales ou régionales. 2 groupes BBC et ITV sont propriétaires des chaînes	- hertzien principalement - câble	Publiques (BBC) : redevance Privées (ITV) : publicité, sponsors, revenus audiovisuels
ITALIE	Environ 600 chaînes - 453 commerciales - 135 communautaires (paroissiales, diocésaines en majorité)	- hertzien en majorité - câble et satellite - 50 chaînes sur réseau TNT	Commerciales : pub + subventions + production
BELGIQUE LUXEMBOURG	240 chaînes	Principalement sur le câble	
PAYS BAS	100 chaînes environ dont 90 à l'échelon communal	Câble	- publicité - cotisations et dons - subventions municipales
SUISSE	84 stations locales ou régionales		
SUEDE	29 chaînes (+ 11 décrochages régionaux des 2 chaînes publiques et 16 sur une chaîne privée)	- câble essentiellement et gratuitement hertzien	- publicité interdite - parrainage
FRANCE	117 chaînes locales en métropole	77 % câble 23 % hertzien	- publicité - subvention - revenus audiovisuels

Source : rapport du Sénat n° 417 (rapporteur : Claude Belot)

MÉDIAS DU TIERS SECTEUR APPEL DE MARSEILLE

le 8 mai 2006

Les « Rencontres de Marseille des médias associatifs et indépendants » ont réuni près de 150 médias français, du 5 au 8 mai 2006, en présence d'une vingtaine de représentants de médias européens et internationaux de même nature qui se développent dans le monde entier, et de représentants des « Rencontres de Grenoble des médias alternatifs de la région Rhône-Alpes » (22 avril 2006).

Les « Rencontres de Marseille » ont permis de dresser le constat suivant : à côté des secteurs privé et public, il existe un vaste tiers secteur des médias constitué d'une multitude de médias non alignés, à but non lucratif, indépendants des pouvoirs publics, des puissances financières, des partis politiques et des obédiences confessionnelles. Que ce soit dans l'univers de la radio, de la télévision, de l'internet ou de la presse écrite, les Médias du Tiers Secteur sont porteurs d'une même exigence de liberté d'expression, d'information et de création. Associatifs, coopératifs ou mutualistes, ils se définissent selon les cas comme des médias démocratiques, alternatifs, participatifs, libres, solidaires et/ou citoyens. La diversité assumée de leurs objectifs, de leurs contenus, de leur fonctionnement, de leur mode et de leur zone de diffusion, de leurs approches du local et de la proximité en résonance avec le niveau planétaire, et de leur rapport à leur public, participe de la richesse même de ce tiers secteur des médias.

LES MÉDIAS DU TIERS SECTEUR : DES ACTEURS ESSENTIELS DE LA VIE DÉMOCRATIQUE

Les Médias du Tiers Secteur sont des outils irremplaçables au service de la démocratie participative, de la solidarité sociale et territoriale, et du débat d'idées. Ils se revendiquent du droit des citoyens à l'information, à la culture, à la libre expression et à la critique. Ils sont une antidote nécessaire à la pensée dominante assénée par les grands médias, au formatage des identités et des esprits, à la marchandisation de l'information et de la culture. Face à la concentration des médias entre les mains de quelques grands groupes financiers, ils inscrivent leur engagement dans le processus plus large des « *Etats Généraux pour une information et des médias pluralistes* ». Ils contribuent ainsi à la transformation de l'ensemble du paysage médiatique, par une appropriation démocratique de son devenir. Et ils proclament, comme beaucoup d'autres, que l'information et la culture doivent redevenir des biens publics, ce qui passe notamment par la refondation du service public.

PRINCIPAUX ÉLÉMENTS DE LA CHARTE DES MÉDIAS DU TIERS SECTEUR

Les Médias du Tiers Secteur partagent les mêmes valeurs essentielles : ils sont indépendants, laïques, pluriels, à but non lucratif et respectueux de la déontologie du journalisme, ainsi que des droits des créateurs. Ils considèrent que leur public est composé de citoyens actifs et non pas de consommateurs passifs. Leur gestion est démocratique et fondée sur les valeurs associatives. Ils sont ouverts, participatifs, constructifs et transparents. Ils explorent de nouveaux dispositifs au service de l'expression populaire directe. Ils favorisent l'esprit critique vis-à-vis de toutes les formes de domination. Ils défendent et pratiquent l'égalité des droits entre les femmes et les hommes. Ils sont soucieux de la lutte contre toutes les formes d'exclusion et de discrimination. Ils sont attentifs à la promotion des identités culturelles dans toute leur diversité, des droits de l'être humain et de tout ce qui contribue à un monde plus solidaire, plus juste et plus respectueux de l'environnement. Tourmant le dos à toutes les pratiques concurrentielles, ils aspirent à travailler ensemble, dans la coopération et la complémentarité, en s'organisant en réseaux transversaux pour créer les indispensables synergies et solidarités locales, régionales, nationales, européennes et internationales.

POUR LA CRÉATION D'UNE COORDINATION DES MÉDIAS DU TIERS SECTEUR

Les participants aux « Rencontres de Marseille des médias associatifs et indépendants » lancent un appel à la création d'une Coordination des médias du tiers secteur. Cette Coordination permettra de poursuivre et d'élargir les échanges, le débat et le combat commun pour que les Médias du Tiers Secteur soient reconnus par les pouvoirs publics et pour qu'ils disposent du cadre juridique, des moyens financiers et des espaces de diffusion nécessaires à la réalisation de leurs missions informatives, sociales et culturelles d'intérêt public. Les participants aux *Rencontres de Marseille* entendent œuvrer à la création de cette coordination lors de la session nationale des *Etats Généraux pour une information et des médias pluralistes*, en octobre 2006, après que l'ensemble des Médias du Tiers Secteur auront pris connaissance de cet Appel, l'aient discuté, amendé et enrichi, et se seront déterminés quant à leur participation. Par ailleurs, les participants aux *Rencontres de Marseille* s'engagent à prendre contact avec les structures de coordination similaires existant en Europe et sur les autres continents, afin d'organiser avec elles les solidarités, les résistances et les échanges entre les Médias du Tiers Secteur existants ou naissants au niveau international. Enfin, les participants entendent interpeller les syndicats, les associations d'éducation populaire et les organisations politiques, afin qu'ils s'emparent de la question des médias comme d'un enjeu politique central.