



CONSEIL SUPÉRIEUR DE L'AUDIOVISUEL

---

Créer une télévision  
locale hertzienne terrestre  
en mode numérique

---

LES BROCHURES DU CSA

Février 2008

**© Conseil Supérieur de l'Audiovisuel**  
**Service de l'information et de la documentation**

Françoise Trepât

[www.csa.fr](http://www.csa.fr)

Février 2008

Créer une télévision  
locale hertzienne terrestre  
en mode numérique

# Sommaire

|   |           |
|---|-----------|
| <b>Introduction</b>   | <b>9</b>  |
| <b>La déclaration de candidature</b> : Le dossier à fournir au CSA au plus tard à la date fixée dans l'appel aux candidatures | <b>11</b> |
| <b>I - Le cadre juridique régissant les télévisions locales hertziennes en mode numérique</b>                                 | <b>15</b> |
| <b>1. La procédure d'autorisation</b>   | <b>15</b> |
| ◆ <b>La procédure d'appel à candidatures pour les télévisions locales :</b>   |           |
| <b>Les étapes</b>   | <b>15</b> |
| <i>L'ouverture d'une consultation publique préalable</i>  | <i>15</i> |
| <input type="checkbox"/> La décision d'appel à candidatures   | 16        |
| <input type="checkbox"/> La recevabilité des candidats  | 16        |
| <input type="checkbox"/> L'audition publique des candidats  | 16        |
| ◆ <b>La conclusion de la convention entre le CSA et l'opérateur et la délivrance de l'autorisation</b>                        | <b>16</b> |
| <input type="checkbox"/> Les critères de sélection des candidats  | 16        |
| <input type="checkbox"/> La sélection des candidats   | 17        |
| ◆ <b>La convention</b>  | <b>17</b> |
| <b>2. Le renouvellement de l'autorisation</b>   | <b>18</b> |
| ◆ <b>Le renouvellement hors appel à candidatures ou « reconduction simplifiée »</b>   | <b>18</b> |
| <input type="checkbox"/> L'examen de la reconduction  | 18        |
| <input type="checkbox"/> La procédure d'audition publique et le réaménagement de la convention                                | 19        |
| ◆ <b>Le non-renouvellement hors appel à candidatures</b>  | <b>19</b> |

|   |           |
|---|-----------|
| <b>II - Les obligations des télévisions locales privées en matières de programmes</b>   | <b>21</b> |
| <b>1. Le respect du pluralisme</b>  | <b>21</b> |
| <input type="checkbox"/> Le comité chargé de veiller au respect du pluralisme   | 21        |
| <b>2. La protection de l'enfance et de l'adolescence</b>  | <b>22</b> |
| <b>◆ Le dispositif juridique</b>  | <b>22</b> |
| <input type="checkbox"/> Les modalités d'apparition à l'antenne de la signalétique  | 22        |
| <input type="checkbox"/> La signalétique dans les bandes-annonces   | 25        |
| <b>3. La publicité, le parrainage et le téléachat</b>   | <b>26</b> |
| <b>◆ La diffusion des messages publicitaires</b>  | <b>26</b> |
| <input type="checkbox"/> Définition   | 26        |
| <input type="checkbox"/> Règles de diffusion  | 27        |
| <input type="checkbox"/> Les règles déontologiques  | 27        |
| <input type="checkbox"/> Les règles spécifiques   | 28        |
| <input type="checkbox"/> Secteurs interdits   | 28        |
| <input type="checkbox"/> Interdictions législatives   | 28        |
| <b>◆ Le parrainage</b>  | <b>30</b> |
| <input type="checkbox"/> Définition   | 30        |
| <input type="checkbox"/> Restrictions au parrainage   | 30        |
| <input type="checkbox"/> Conditions du parrainage   | 31        |
| <input type="checkbox"/> Identification du parrain  | 31        |
| <b>◆ Le téléachat</b>   | <b>32</b> |
| <input type="checkbox"/> Définition   | 32        |
| <input type="checkbox"/> Conditions de diffusion  | 32        |
| <input type="checkbox"/> Règles de diffusion  | 32        |
| <b>4. Les obligations de production des œuvres cinématographiques et audiovisuelles</b>   | <b>34</b> |
| <b>5. Les obligations spécifiques</b>   | <b>35</b> |
| <input type="checkbox"/> Accès aux programmes des personnes sourdes et malentendantes ainsi que, éventuellement, des personnes non voyantes | 35        |
| <input type="checkbox"/> Le respect de la représentation de la diversité  | 35        |

|   |           |
|---|-----------|
| <b>Annexes</b>  | <b>37</b> |
| <b>Annexe 1</b>   |           |
| Loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 modifiée relative à la liberté de communication (extraits)          | <b>41</b> |
| Code général des collectivités territoriales (extraits)   | <b>57</b> |
| <b>Annexe 2</b>   |           |
| Modèle de décision d'appel analogique pour les télévisions locales et modèle de décision de candidature | <b>59</b> |
| <b>Annexe 3</b>   |           |
| Conventions des chaînes locales / obligations relatives à la production locale                          | <b>89</b> |
| <b>Annexe 4</b>   |           |
| Dispositif juridique relatif au régime de la publicité et du parrainage                                 | <b>93</b> |

# Introduction

*Il faut attendre l'année 1983 pour que naisse en France, sur les écrans du service public, une offre alternative à l'offre nationale de programmes : France 3 lance ses premières émissions régionales ; les douze stations de FR3 diffusent chacune leur propre programme de 17 heures à 19 h 50.*

*Pour leur part, les premières expériences de télévision locale hertzienne privée voient le jour à la fin des années 80, tandis que sur les réseaux câblés se déploie une offre de programmes locaux. Depuis lors, et ce malgré un contexte économique souvent défavorable, les chaînes locales n'ont eu de cesse de se développer, tant en métropole qu'outre-mer. La plupart sont parvenues à fidéliser leur public, manifestant ainsi qu'elles répondent à une attente du public. Fortes de leur notoriété, elles participent ainsi durablement à la vie locale.*

*Au fil des ans, le cadre juridique dans lequel elles s'inscrivent est devenu de plus en plus favorable à la création des chaînes locales et le CSA s'est efforcé de répondre au mieux aux attentes des opérateurs et des téléspectateurs.*

*Ainsi, la loi du 1<sup>er</sup> août 2000 modifiant la loi du 30 septembre 1986 sur la communication audiovisuelle a introduit un certain nombre de dispositions visant à faciliter le développement, aussi bien sur l'hertzien analogique que sur le câble, des différentes formes de télévision locale, notamment associatives.*

*De plus, le décret n° 2003-960 du 7 octobre 2003, entré en vigueur le 1<sup>er</sup> janvier 2004, a introduit des modifications importantes en matière de publicité et de parrainage et créé les conditions nécessaires au développement durable des télévisions locales en favorisant les acteurs émergents, permettant ainsi de redessiner le périmètre économique et financier des chaînes locales. L'ouverture des écrans de publicité aux trois secteurs jusqu'alors frappés d'interdiction – presse, distribution et édition littéraire – a répondu aux souhaits exprimés par les acteurs de l'audiovisuel comme par l'instance de régulation. Les mesures qui ont accompagné l'ouverture du secteur de la distribution, telles que la fenêtre de deux ans aménagée au profit des télévisions locales, avant l'ouverture généralisée de ce secteur, ont permis de garantir stabilité et pérennité aux nouveaux acteurs et aux chaînes déjà existantes sur le plan local.*

*La loi du 9 juillet 2004 relative aux communications électroniques et aux services de communication audiovisuelle a, pour sa part, assoupli le cadre juridique antérieur par la suppression des contraintes liées à la composition du capital de l'éditeur d'une télévision locale hertzienne et par un allègement important des règles de cumul entre autorisations nationales et locales. En outre, les modalités d'intervention des collectivités locales ont été élargies afin de permettre à toutes les collectivités d'éditer et de financer des télévisions locales, notamment par le biais des sociétés d'économie mixte.*

*Enfin, la loi du 5 mars 2007 relative à la modernisation de la diffusion audiovisuelle et à la télévision du futur, a permis la reprise en mode numérique des chaînes locales disposant déjà d'une autorisation de diffusion en mode analogique.*

*Sur l'ensemble du territoire national on dénombre, au 1<sup>er</sup> janvier 2008, une cinquantaine de télévisions hertziennes locales analogiques. Dans le seul Hexagone, il en existe 26, dont 18 sont aujourd'hui reprises de façon intégrale et simultanée en mode numérique. Dix-sept d'entre elles couvrent des agglomérations importantes tandis que neuf desservent des zones urbaines, des régions d'habitat dispersé ou des zones rurales.*

*Alors qu'il a autorisé sept nouvelles chaînes locales numériques qui doivent commencer à émettre en mars 2008, le CSA a entrepris, depuis novembre 2007, après une consultation publique, le lancement régulier d'appels à candidatures qui visent à la création à terme de vingt-cinq nouvelles télévisions locales en mode numérique.*

*Cette brochure rassemble toutes les informations nécessaires à la création, par une association ou une société, d'une chaîne de télévision locale émettant en numérique et décrit les différentes étapes de la procédure, depuis le lancement de l'appel aux candidatures par le CSA, jusqu'à la signature de la convention par l'opérateur. Elle présente, en outre l'ensemble des obligations qui s'imposent à une télévision locale en matière de programme.*



## **La déclaration de candidature**

**Le dossier à fournir au CSA au plus tard à la date fixée dans l'appel aux candidatures en 5 exemplaires et une version électronique**

La déclaration de candidature indique notamment :

- L'identification de la personne morale candidate :
  - la composition du ou des organes de direction, les statuts de la société, ses actionnaires et la répartition des droits de vote qui leur sont attachés, ses responsables, la déclaration s'il s'agit d'une association ;
  - la description des activités, des participations et des projets de développement dans la communication, notamment dans les secteurs de l'audiovisuel, de la presse, du cinéma, de la publicité et de l'internet ;
  - les rapports annuels, bilans et comptes de résultat pour les trois derniers exercices.

En cas de candidature présentée par une société, ces déclarations indiquent également la composition de son capital sous forme d'un organigramme des sociétés ayant des participations dans la société candidate et faisant apparaître les pourcentages de détention et les pourcentages de droit de vote dans le capital de la société candidate et la composition des organes de direction et d'administration.

- Le respect du dispositif relatif à la nationalité des candidats et à la concentration des médias :
  - La société candidate et, le cas échéant, les actionnaires qui la contrôlent devront justifier qu'ils ne se trouveront pas, en cas d'autorisation, dans les situations interdites par les articles 39, 40, 41 et 41-2-1 et 41-3 de la loi du 30 septembre 1986 modifiée en explicitant leur situation par rapport à chacun des critères fixés par la loi. À défaut, ils devront indiquer les moyens qu'ils envisagent pour y remédier.
- L'objet et les caractéristiques générales du service détaillant :
  - la nature et l'objet du service : généraliste ou thématique, en clair et/ou gratuit, à temps complet ou non. Dans ce cas le candidat devra préciser avec quel éditeur de service le temps d'antenne serait partagé ;
  - la durée globale quotidienne de diffusion du service ;
  - le volume de diffusion de chacune des catégories de programmes : information, sport, fiction, documentaire, divertissement ;
  - la grille quotidienne des programmes détaillant la nature, le genre, les horaires et la durée de diffusion et de rediffusion des émissions, son éventuelle évolution et le descriptif des principales émissions envisagées ;

- le volume quotidien et hebdomadaire des programmes produits localement en première diffusion, leur nature, ainsi que la fréquence probable de leur rediffusion ;
  - en cas d'achats de programmes le candidat devra préciser leur nature, le volume global de diffusion et, si possible, leur origine ;
  - en cas de diffusion de messages publicitaires le candidat devra indiquer la durée des séquences publicitaires en moyenne horaire et quotidienne ;
  - en cas de diffusion d'émissions de téléachat le candidat devra préciser les horaires et la fréquence de diffusion et s'il est envisagé de faire appel à une société extérieure ;
  - le cas échéant, la proportion d'infographie et/ou de vidéographie dans la grille.
- Les caractéristiques du projet dans le domaine de l'information :
    - durée quotidienne et hebdomadaire consacrée à l'information locale (distinguer la diffusion et la rediffusion) ;
    - volume et périodicité des journaux d'information, des magazines spécialisés et des documentaires, notamment indiquer les jours et heures de diffusion des journaux d'information locale ;
    - nombre de journalistes professionnels ;
    - dispositions envisagées dans le domaine de la sauvegarde du pluralisme des courants d'expression; en cas de diffusion d'émissions d'information politique et générale, le candidat devra indiquer les dispositions qu'il envisage de prendre en vue de garantir le caractère pluraliste de l'expression des courants de pensée et d'opinion, l'honnêteté de l'information ;
    - collaboration, le cas échéant, avec des organes de presse écrite ;
    - collaboration envisagée avec les collectivités locales ;
    - le cas échéant, copie du contrat d'objectifs et de moyens conclu entre la collectivité locale et le titulaire de l'autorisation et prévu à l'article L.1426-1 du Code général des collectivités territoriales.
- Les dispositions en matière de production et de diffusion d'œuvres audiovisuelles et cinématographiques ;
- Les éléments financiers qui permettent au Conseil d'apprécier la capacité financière du projet et sa solidité, dont les prévisions de dépenses et de recettes, l'origine et le montant des financements prévus ;
- Le plan de financement prévisionnel et les justificatifs des financements prévus ;
- Les bilans et comptes annuels prévisionnels ;
- Les ressources publicitaires éventuelles (recettes publicitaires locales et extra-locales, ressources de parrainage et de téléachat) ;
- La nature, les modalités et le montant des aides des collectivités territoriales ;

- Les modalités de commercialisation du service par la régie publicitaire et la liste des services de communication audiovisuelle ou les titres de presse également commercialisés par la régie ;
- Les caractéristiques techniques d'émission et les liaisons techniques utilisées : site de diffusion, puissance et diagramme de rayonnement, hauteur d'antenne, zone de couverture souhaitée ;
- Les éventuels projets de la société ou de l'association pour un service local par voie hertzienne terrestre en mode numérique ;
- La date effective de démarrage du service.

Le candidat peut apporter des modifications à son dossier de candidature, avant la délivrance de l'autorisation et dans la limite où ces modifications n'entraîneraient pas substitution d'une nouvelle candidature à celle prévue lors du dépôt des dossiers de candidature.

À l'issue du délai prévu au deuxième alinéa de l'article 30 de la loi n° 86-1067 et après audition publique des candidats le Conseil supérieur de l'audiovisuel statue sur les candidatures en tenant compte des critères présentés par la loi.

# I - Le cadre juridique régissant les télévisions locales en mode numérique

## 1. La procédure d'autorisation

Selon l'article 30-1 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 modifiée, la création d'une télévision locale hertzienne terrestre en mode numérique est soumise à la délivrance d'une autorisation par le Conseil supérieur de l'audiovisuel, au terme d'une procédure d'appel à candidatures.

La délivrance de l'autorisation est subordonnée à la signature d'une convention fixant les obligations législatives et réglementaires de la chaîne.

Le CSA détermine préalablement les zones de diffusion. Il publie la liste des fréquences pouvant être attribuées dans la zone considérées pour la diffusion des services de télévision locale en respectant les contraintes économiques et techniques prévues par la loi (article 30-1).

Cette planification des fréquences s'appuie sur les règles techniques reconnues internationalement. Elle nécessite, dans les régions proches des frontières ou des côtes, des coordinations avec les pays voisins afin d'assurer la compatibilité entre les réseaux de diffusion des différents pays.

Peuvent être candidats outre les sociétés commerciales et les associations, les sociétés d'économie mixte locale, les sociétés coopératives d'intérêt collectif et les établissements publics de coopération culturelle. (Dispositions introduites par la loi n° 2004-669 du 9 juillet 2004 relative aux communications électroniques et aux services de communication audiovisuelle).

### ◆ La procédure d'appel aux candidatures pour les télévisions locales : Les étapes

- L'ouverture d'une consultation publique préalable

Le CSA est tenu de procéder à une consultation publique avant le lancement d'un appel à candidatures, dès lors que les décisions d'autorisation d'usage de la ressource radioélectrique sont susceptibles de modifier de façon importante le marché en cause (**article 31 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 modifiée**). Il est chargé de déterminer les modalités d'organisation de cette consultation.

#### **La décision d'appel aux candidatures**

La décision du CSA relative à l'appel à candidatures fait l'objet d'une publication au *Journal officiel*.

Le texte de l'appel précise la zone géographique concernée, les fréquences disponibles ainsi que les conditions techniques d'usage des fréquences.

L'appel peut être ouvert à différentes catégories de services : chaînes cryptées ou en clair, service à temps complet ou services à temps partagé. Il indique le volume hebdomadaire de diffusion et la part de programmes consacrés à l'expression locale, produits localement et diffusés à l'antenne (50 % du temps total de diffusion). La décision d'appel à candidatures fixe la date limite de dépôt des dossiers de candidature et l'annexe précise le contenu des dossiers de candidature à soumettre au Conseil.

Les autorisations sont délivrées par le CSA dans un délai de 8 mois à compter de la date de réception des déclarations de candidatures.

#### **La recevabilité des candidats**

À l'issue du délai fixé dans le texte de l'appel pour le dépôt des candidatures, le Conseil, après un premier examen des dossiers arrête la liste des candidats dont la candidature est recevable.

Les critères de recevabilité :

- dépôt des dossiers dans le délai fixé par l'appel à candidatures ;
- existence effective de la personne morale ;
- projet dont l'objet correspond au texte de l'appel.

#### **L'audition publique des candidats**

Le Conseil procède à l'instruction des dossiers et à l'audition publique des candidats déclarés recevables, comme le prévoit l'article 30-1 de la loi du 30 septembre 1986. Ces auditions permettent aux candidats de présenter oralement leur projet et de répondre aux questions du Conseil.

### **◆ La conclusion de la convention entre le CSA et l'opérateur et la délivrance de l'autorisation**

#### **Les critères de sélection des candidats**

Le Conseil accorde les autorisations en appréciant l'intérêt de chaque projet pour le public, au regard des impératifs prioritaires que sont la sauvegarde du pluralisme des courants d'expression socioculturels, la diversification des opérateurs, et la nécessité d'éviter les abus de position dominante ainsi que les pratiques entravant le libre exercice de la concurrence tels que mentionnés au sixième alinéa de l'article 29.

Il tient compte également :

- de l'expérience acquise par le candidat dans les activités de communication ;
- du financement et des perspectives d'exploitation du service notamment en fonction des possibilités de partage des ressources publicitaires entre les entreprises de presse écrite et les services de communication audiovisuelle ;
- des participations directes ou indirectes, détenues par le candidat dans le capital d'une ou plusieurs régies publicitaires ou dans le capital d'une ou plusieurs entreprises éditrices de publications de presse.

Des critères ont été introduits par la loi n° 2000-719 du 1<sup>er</sup> août 2000 à l'article 29 de la loi n° 86-1067 qui permettent au CSA d'apprécier la viabilité des projets de création de chaînes locales :

- dans le cas des services dont les programmes comportent des émissions d'information politique et générale, les dispositions envisagées en vue de garantir le caractère pluraliste de l'expression des courants de pensée et d'opinion, l'honnêteté de l'information et son indépendance à l'égard des intérêts économiques des actionnaires, en particulier lorsque ceux-ci sont titulaires de marchés publics ou de délégations de service public ;
- la contribution à la production de programmes réalisés localement.

#### ❑ La sélection des candidats

Après l'instruction des dossiers de candidature par les services et les auditions publiques, le Conseil réuni en assemblée plénière examine les projets et décide de la suite à réserver aux différents dossiers. Il sélectionne les candidats et engage la négociation des conventions.

La décision d'autorisation est subordonnée à la signature d'une convention entre le demandeur et le Conseil. Elle est publiée au *Journal officiel* avec les obligations dont elles sont assorties et comporte en annexe les conditions techniques de l'autorisation et le texte de la convention.

Le Conseil informe les candidats non retenus des motifs de rejet dans un délai d'un mois après la publication des autorisations.

#### ◆ La convention

La convention fixe les obligations du titulaire notamment sur les points suivants :

- Respect des grands principes généraux édictés par la loi du 30 septembre 1986 modifiée, et notamment le respect de la dignité de la personne humaine, la protection de l'enfance et de l'adolescence, le caractère pluraliste de l'expression des courants de pensée et d'opinion, l'honnêteté de l'information, la qualité et la diversité des programmes, la défense et l'illustration de la langue et de la culture françaises, les mesures en faveur de la cohésion sociale.

- Respect des textes législatifs et réglementaires applicables à la publicité, au parrainage et au téléachat.
- Respect des textes législatifs et réglementaires relatifs aux conditions de production et de diffusion des œuvres audiovisuelle et cinématographiques.
- Caractéristiques générales du programme :
  - le caractère généraliste ou non de la chaîne ;
  - les engagements en matière d'expression locale et d'information locale ;
  - le volume quotidien de diffusion d'émissions d'expression locale ;
  - le volume quotidien d'émissions produites localement en première diffusion ;
  - le genre et la nature des émissions locales d'information ;
  - la durée et périodicité d'un journal d'informations ;
  - les modalités du contrôle ;
  - les sanctions contractuelles.

**En annexes à cette convention**, figurent la signalétique pour la protection de l'enfance et de l'adolescence, la composition du comité formé de personnalités indépendantes chargé de veiller au pluralisme, la composition du capital pour une société et le cas échéant, contrat d'objectifs et de moyens prévu à l'article L.1426-1 du code général des collectivités territoriales conclu entre la collectivité locale et le titulaire de l'autorisation définissant des missions de service public et leurs conditions de mise en œuvre pour une durée comprise entre 3 et 5 ans.

## **2 . Le renouvellement de l'autorisation**

### **◆ Le renouvellement hors appel à candidatures ou « reconduction simplifiée »**

La loi du 1<sup>er</sup> février 1994 modifiant la loi du 30 septembre 1986 a instauré la possibilité de renouvellement, sans appel à candidatures, des autorisations d'utilisation de fréquences hertziennes. L'article 28-1 modifié par la loi du 9 juillet 2004 précise que le CSA statue sur cette possibilité un an avant l'expiration de l'autorisation. L'autorisation est renouvelable une seule fois et pour une période maximale de cinq ans (article 28-1-I),

#### **□ L'examen de la reconduction**

La loi distingue quatre hypothèses de non reconduction :

1° si l'État modifie la destination de la ou des fréquences considérées en application de l'article 21 ;

2° si une sanction, une astreinte liquidée ou une condamnation dont le titulaire de l'autorisation a fait l'objet sur le fondement de la présente loi, ou une condamnation prononcée à son encontre, sur le fondement des articles 23, 24 et 24 bis de la loi du 29 juillet 1881 sur la liberté de la presse ou des articles 227-23 ou 227-24 du code

pénal est de nature à justifier que cette autorisation ne soit pas reconduite hors appel à candidatures ;

3° si la reconduction de l'autorisation hors appel à candidatures est de nature à porter atteinte à l'impératif de pluralisme sur le plan national ou sur le plan régional et local (articles 41-1 et 41-2 de la loi du 30 septembre 1986 modifiée) ;

4° si la situation financière du titulaire ne lui permet pas de poursuivre l'exploitation dans des conditions satisfaisantes ;

Si aucune de ces hypothèses n'est avérée, le CSA décide d'engager la procédure de reconduction de l'autorisation sans passer par un appel à candidatures.

#### **☐ La procédure d'audition publique et le réaménagement de la convention**

Dans le délai d'un mois suivant la publication de la décision du CSA statuant favorablement sur la possibilité de reconduction, le Conseil procède à l'audition publique du titulaire. La décision mentionne les points que le CSA souhaiterait voir réviser, ainsi que ceux dont le titulaire demande la modification. Le Conseil et l'opérateur procèdent alors à la modification de la convention d'un commun accord. À défaut d'accord six mois avant le terme de l'autorisation sur le contenu de la convention, une procédure d'appel à candidatures est mise en œuvre.

#### **◆ Le non-renouvellement hors appel à candidatures**

Lorsqu'il se trouve en présence de l'un des quatre critères énumérés à l'article 28-1-I, le Conseil publie une décision de non-renouvellement de l'autorisation hors appel à candidatures. Le CSA peut alors décider de lancer ou de ne pas lancer une nouvelle procédure d'appel à candidatures.



## **II- Les obligations des télévisions locales privées en matière de programmes**

Elles sont soumises comme les services nationaux au respect des grands principes définis par la loi sur la communication audiovisuelle (pluralisme de l'information et des programmes, protection de l'enfance et de l'adolescence, honnêteté de l'information, accessibilité des personnes sourdes et malentendantes aux programmes diffusés, droit de réponse...), ainsi qu'aux règles de droit commun relatives à la publicité, au parrainage et au téléachat.

### **1. Le respect du pluralisme**

Le respect du pluralisme de l'expression des courants de pensée et d'opinion, inscrits aux articles 1, 13, 28 et 29 de la loi du 30 septembre 1986, et son principe corollaire l'honnêteté de l'information figurent dans les obligations qui incombent aux télévisions locales en matière de programmes d'information.

Il appartient au CSA de veiller au respect par les opérateurs de leurs engagements, dans le cadre de la liberté de communication et de l'indépendance éditoriale de chaque service de télévision locale.

Des dispositions spécifiques figurent, à ce titre, dans les conventions.

#### **□ Le comité chargé de veiller au respect du pluralisme**

Un comité composé de personnalités indépendantes, dont la liste est annexée à la convention, est constitué auprès de la société exploitant le service de télévision locale, afin de veiller au respect du principe de pluralisme.

En conséquence, le candidat à une autorisation d'un service de télévision locale, soumet au CSA une liste de personnalités issues de la société civile et des organismes socioculturels représentatifs de la zone géographique de diffusion du service.

La composition du comité doit refléter le caractère pluraliste des courants de pensée et d'opinion et refléter malgré tout la pluralité de la société civile.

Le CSA est tenu informé de toute modification dans sa composition.

Le comité peut être consulté à tout moment par la direction de la société et le Conseil peut solliciter son avis.

Il établit un rapport annuel qu'il transmet au CSA.

### ☐ Le programme local

La convention, annexée à la décision d'autorisation détermine au cas par cas les caractéristiques générales du programme local.

L'éditeur doit consacrer au minimum 50 % du volume total hebdomadaire du temps d'antenne, dont 20 % est en première diffusion, à des émissions dont le sujet est ancré dans la réalité sociale, économique et culturelle de la zone sur laquelle l'appel est lancé. Il peut demander une montée en charge du volume de première diffusion des émissions locales mais lors de la première année de diffusion du service, ce volume ne saurait être inférieur à la moitié du pourcentage de 20 % .

Les horaires de diffusion et l'emplacement dans la grille de programmes des émissions locales dont celles en première diffusion sont également inscrits dans la convention

## 2. La protection de l'enfance et de l'adolescence

### ◆ Le dispositif juridique

Aux termes de l'article 15 de la loi du 30 septembre 1986 modifiée, le CSA veille à la protection de l'enfance et de l'adolescence, et au respect de la dignité de la personne dans les programmes de télévision.

La loi du 1<sup>er</sup> août 2000 a complété et conforté la mission de protection du Conseil qui veille depuis à ce qu'aucun programme susceptible de nuire gravement à l'épanouissement physique, mental ou moral des mineurs ne soit mis à disposition du public, sauf lorsqu'il est assuré, par le choix de l'heure de diffusion ou *par tout procédé technique approprié*, que des mineurs ne sont pas susceptibles de les voir ou de les entendre.

Ainsi, **le dispositif de la signalétique**, mis en place à l'initiative du CSA en 1996, s'applique à l'ensemble des programmes et non plus seulement aux œuvres audiovisuelles et cinématographiques.

La signalétique repose sur le principe d'une signalisation par âge et d'un classement des programmes en 5 catégories selon leur degré d'appréciation au regard de la protection de l'enfance et de l'adolescence.





**La signalétique jeunesse figure en annexe aux conventions des télévisions locales.**

### ☐ Les modalités d'apparition à l'antenne de la signalétique

Le public est informé de la mention explicitant chaque catégorie (par exemple « déconseillé aux moins de 12 ans », lorsque la classification a été décidée par la chaîne, ou interdit aux « moins de 12 ans », lorsqu'il s'agit d'un film de cinéma, dont le visa comprend cette interdiction du ministre de la Culture) au début de chaque programme.

Tous les pictogrammes, à l'exception de -10, sont incrustés sur toute la durée du programme. Pour le pictogramme -10, la chaîne choisit entre une incrustation de cinq minutes en début de programme, avec réapparition du pictogramme pendant 1 minute après chaque interruption publicitaire et l'incrustation du pictogramme pendant douze minutes en début de programme.

**La signalétique « jeunesse »**  
**Catégories et modalités d'apparition à l'antenne**

| LES CATÉGORIES   | CAS GÉNÉRAL<br><i>chaînes hertziennes et chaînes du câble</i>   | CAS DES CHAÎNES<br><b>CINÉMA</b>   |
|--|---|--|
| <b>Catégorie I</b><br><i>(aucune signalétique)</i><br>les programmes pour tous publics ;   | pas de pictogramme  | pas de pictogramme   |
| <br><b>Catégorie II</b><br><i>(pictogramme rond de couleur blanche avec l'incrustation d'un -10 en noir)</i><br><b>Déconseillé aux -10 ans</b><br>les programmes comportant certaines scènes susceptibles de heurter les mineurs de 10 ans ;  | <b>Les horaires de diffusion de ces programmes sont laissés à l'appréciation de la société, étant entendu que cette diffusion ne peut intervenir dans les émissions destinées aux enfants.</b><br>La société apportera une attention particulière aux bandes-annonces des programmes relevant de cette catégorie, diffusées dans les émissions pour enfants ou à proximité.   | Les horaires de diffusion de ces programmes sont laissés à l'appréciation de la société.<br>Toutefois, la société doit veiller à ce que les émissions destinées au jeune public ainsi que les programmes et les bandes-annonces jouxtant immédiatement celles-ci ne comportent pas de scènes de nature à heurter les jeunes téléspectateurs.     |
| <br><b>Catégorie III</b><br><i>(pictogramme rond de couleur blanche avec l'incrustation d'un -12 en noir)</i><br><b>Déconseillé aux -12 ans</b><br>les œuvres cinématographiques interdites aux mineurs de douze ans, ainsi que les programmes pouvant troubler les mineurs de 12 ans, notamment lorsque le scénario recourt de façon systématique et répétée à la violence physique ou psychologique ;                 | Ces programmes ne doivent pas être diffusés avant 22h.<br>A titre exceptionnel, il peut être admis une diffusion après 20h30 de programmes de cette catégorie, sauf les mardis, vendredis, samedis et veilles de jours fériés et pendant les périodes de congés scolaires.<br>Les chaînes ne peuvent diffuser chaque année plus de 4 films interdits aux -12 ans avant 22h.<br>Les bandes-annonces des programmes de catégorie III ne doivent pas comporter de scènes susceptibles de heurter la sensibilité du jeune public. En outre, elles ne peuvent être diffusées à proximité des émissions pour enfants. | Les chaînes s'abstiennent de diffuser ces programmes le mercredi avant 20h30.  |
| <br><b>Catégorie IV</b><br><i>(pictogramme rond de couleur blanche avec l'incrustation d'un -16 en noir)</i><br><b>Déconseillé aux -16 ans</b><br>les œuvres cinématographiques interdites aux mineurs de seize ans, ainsi que les programmes à caractère érotique ou de grande violence, susceptibles de nuire à l'épanouissement physique, mental ou moral des mineurs de seize ans ;                               | Réservées à un public averti, ces programmes sont diffusables seulement après 22h30.<br>Les bandes-annonces de ces programmes ne doivent pas comporter de scènes susceptibles de heurter la sensibilité du jeune public. En outre, elles ne peuvent être diffusées avant 20h30.   | La diffusion de ces programmes ne peut intervenir avant 20h30.<br>Les bandes-annonces de ces programmes contenant des scènes de violence ou des scènes susceptibles de heurter la sensibilité du jeune public ne peuvent être diffusées dans la partie en clair du programme ni avant 20h30.   |
| <br><b>Catégorie V</b><br><i>(pictogramme rond de couleur blanche avec l'incrustation d'un -18 en noir)</i><br><b>Déconseillé aux -18 ans</b><br>les œuvres cinématographiques interdites aux mineurs de 18 ans ainsi que les programmes pornographiques ou de très grande violence, réservés à un public adulte averti et susceptibles de nuire à l'épanouissement physique, mental ou moral des mineurs de 18 ans ; | La diffusion de ces programmes est interdite.   | La diffusion de ces programmes et de leurs bandes-annonces ne peut intervenir dans les parties en clair du programme ni entre 5h et 24h et, en tout état de cause, doit respecter les dispositions légales relatives à la protection des mineurs et faire l'objet d'un double verrouillage spécifique répondant aux critères définis par le CSA. |

## ❑ La signalétique dans les bandes-annonces

Le pictogramme de la catégorie dans laquelle le programme est classé apparaît pendant toute la durée de la bande-annonce.

### **Pour les programmes de catégorie II**

Il est recommandé à la chaîne de porter une attention particulière aux bandes-annonces de ces programmes diffusées dans les émissions pour enfants ou à proximité ;

### **Pour les programmes de catégorie III**

Les bandes-annonces ne doivent pas comporter de scènes susceptibles de heurter la sensibilité du jeune public. Elles ne peuvent pas être diffusées à proximité des émissions pour enfants ;

### **Pour les programmes de catégorie IV**

Les bandes-annonces ne doivent pas comporter de scènes susceptibles de heurter la sensibilité du jeune public. En outre, elles ne peuvent être diffusées avant 20 h 30 sur les chaînes non-cinéma ; ni dans la partie en clair du programme dans le cas des chaînes cinéma.

### **Pour les programmes de catégorie V**

L'accroissement important du nombre de diffusions de programmes porno-graphiques ou de très grande violence relevant de la catégorie V ainsi que le constat à travers des mesures d'audience qu'un nombre non négligeable de mineurs y sont exposés ont amené le Conseil à encadrer la diffusion et la commercialisation de ces programmes .

Une recommandation du CSA du 15 décembre 2004<sup>1</sup> **prise en application des articles 1<sup>er</sup> et 15 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986** encadre la diffusion et la commercialisation des programmes de catégorie V :

La recommandation fixe les obligations suivantes :

- La diffusion des programmes de catégorie V n'est autorisée que sur les services faisant l'objet de conditions d'accès particulières sous réserve qu'ils soient placés sous le statut de chaîne « cinéma » comportant des obligations spécifiques d'investissement, ou qu'ils aient souscrit à des engagements élevés de contribution à la production d'un niveau équivalent à celui des chaînes « cinéma », ou à la condition, dans le cas de services « de paiement à la séance » qu'ils présentent des garanties particulières de limitation de leur accès aux mineurs. Chaque convention précise le nombre maximum de diffusions.
- La diffusion des programmes de catégorie V n'est possible sur les services mentionnés qu'entre minuit et cinq heures du matin.
- Lorsqu'une offre commerciale comprend un ou plusieurs services, autres que de paiement à la séance, diffusant plus de 208 programmes de catégorie V par an (soit en moyenne 4 par semaine), une offre ne comprenant pas ce ou ces services doit être proposée dans des conditions commerciales ne favorisant pas l'offre globale comportant ces programmes.
- Les programmes de catégorie V proposés sur les services de paiement à la séance ne doivent être commercialisés qu'à l'unité.
- À partir du 1<sup>er</sup> janvier 2006, les services de télévision diffusés en mode analogique sont reçus sans l'accès aux programmes de catégorie V si l'abonné (personne contractant un nouvel abonnement ou ayant un abonnement en cours) n'a pas fait le choix explicite, par écrit, de recevoir l'offre globale comportant ces programmes. Cette offre globale ne doit

---

<sup>1</sup> La recommandation du CSA du 15 décembre 2004, prise en application des articles 1<sup>er</sup> et 15 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986, qui encadre la diffusion des programmes de catégorie V annule et remplace la délibération du 25 mars 2003 et la recommandation n° 2003-4 du 21 octobre 2003 précédemment adoptées.

pas être proposée à des conditions commerciales plus favorables que celle qui ne comporte pas de programmes de catégorie V.

- Pour les services en mode numérique, le CSA, après avoir effectué une série de tests techniques au cours des années 2003 et 2004, a défini six critères permettant de disposer d'un verrouillage efficace (verrouillage systématique et dès la première utilisation, les programmes ne sont accessibles qu'après avoir saisi un code personnel à 4 chiffres, l'accès est verrouillé à chaque changement de contexte, le système n'est pas débrayable...) précisés dans la recommandation.
- Les éditeurs et distributeurs d'informer leurs abonnés des manipulations techniques nécessaires à l'utilisation du dispositif de verrouillage et des sanctions pénales auxquelles s'expose toute personne qui permettrait à des mineurs d'avoir accès à des programmes de catégorie V. L'information des adultes est en effet un des éléments essentiels de l'efficacité du dispositif de protection des mineurs.

### **3. La publicité, le parrainage et le téléachat**

#### **◆ La diffusion des messages publicitaires**

##### **□ Définition**

« Constitue une publicité toute forme de message télévisé diffusé contre rémunération ou autre contrepartie en vue soit de promouvoir la fourniture de biens ou de services, y compris ceux qui sont présentés sous leur appellation générique, dans le cadre d'une activité commerciale, industrielle, artisanale ou de profession libérale, soit d'assurer la promotion commerciale d'une entreprise publique ou privée.

Cette définition n'inclut pas les offres directes de vente au public en vue de la vente, de l'achat ou de la location de produits ou en vue de la fourniture de services contre rémunération. »

*(Article 2 du décret du 27 mars 1992 modifié).*

##### **□ Règles de diffusion**

- Les messages publicitaires ou les séquences de messages publicitaires doivent être aisément identifiables comme tels et nettement séparés du reste du programme, avant comme après leur diffusion par des écrans reconnaissables à leurs caractéristiques optiques et acoustiques.  
*(Article 14 du décret n° 92-280 du 27 mars 1992 modifié).*
- Le volume sonore des séquences publicitaires ainsi que des écrans qui les précèdent et qui les suivent ne doit pas excéder le volume sonore moyen du reste du programme.  
*(Article 14 du décret n° 92-280 du 27 mars 1992 modifié).*
- La publicité isolée doit être exceptionnelle.  
*(Article 14 du décret n° 92-280 du 27 mars 1992 modifié).*
- Le temps maximal consacré à la diffusion de messages publicitaires est fixé par les conventions.

## ❑ Règles déontologiques

Elles sont définies par le décret n° 92-280 du 27 mars 1992 modifié :

« La publicité doit être conforme aux exigences de véracité, de décence et de respect de la dignité de la personne humaine.

Elle ne peut porter atteinte au crédit de l'État. »

*(Article 3).*

- « La publicité doit être exempte de toute discrimination en raison de la race, du sexe ou de la nationalité, de toute scène de violence et de toute incitation à des comportements préjudiciables à la santé, à la sécurité des personnes et des biens ou à la protection de l'environnement. »

*(Article 4).*

- « La publicité ne doit contenir aucun élément de nature à choquer les convictions religieuses, philosophiques ou politiques des téléspectateurs. »

*(Article 5).*

- « La publicité doit être conçue dans le respect des intérêts des consommateurs. Toute publicité comportant, sous quelque forme que ce soit, des allégations, indications ou présentations fausses ou de nature à induire en erreur les consommateurs est interdite. »

*(Article 6).*

## ❑ Règles spécifiques

- **La publicité clandestine est interdite**

L'article 9 du décret du 27 mars 1992 modifié en donne la définition suivante :

« Constitue une publicité clandestine tout type de présentation verbale ou visuelle de marchandises, de services, du nom, de la marque ou des activités d'un producteur de marchandises ou d'un prestataire de services, dans des programmes, lorsque cette présentation est faite dans un but publicitaire. »

C'est une pratique répandue et régulièrement sanctionnée par le CSA. En cas de non-respect par le diffuseur de la réglementation existante, le Conseil a la possibilité d'engager une procédure de sanction qui peut déboucher sur une sanction financière.

- **La publicité ne doit pas utiliser de techniques subliminales**

Par publicité subliminale, on entend tout message visant la promotion d'une cause ou d'une idée, diffusé à l'insu du téléspectateur.

La publicité subliminale n'a pas encore reçu de définition réglementaire.

*(Article 10 du décret du 27 mars 1992 modifié).*

- **La publicité trompeuse ou mensongère est interdite**

*(Article 6 du décret du 27 mars 1992 modifié).*

La publicité mensongère ou de nature à induire en erreur constitue un délit pénal.

*(Article L.121-1 et suivants du code de la consommation).*

- **L'emploi du français est obligatoire**

« L'emploi du français est obligatoire dans l'ensemble des émissions et des messages publicitaires des organismes et services de radiodiffusion sonore ou télévisuelle, quel que soit leur mode de diffusion ou de distribution, à l'exception des œuvres cinématographiques et audiovisuelles en version originale.»

*(Article 20-1 de la loi du 30 septembre 1986 modifiée par la loi du 4 août 1994 relative à l'emploi de la langue française en son article 12).*

- **La publicité ne doit pas porter préjudice aux mineurs**

L'article 7 du décret du 27 mars 1992 modifié par le décret n° 2001-1331 pose le principe que la publicité ne doit pas porter un préjudice moral ou physique aux mineurs.

- **Les personnes présentant régulièrement les journaux télévisés et les magazines d'actualité** ne peuvent intervenir ni verbalement ni visuellement dans les messages publicitaires.  
*(Article 11 du décret du 27 mars 1992 modifié)*

#### Secteurs interdits

Certains produits et secteurs économiques n'ont pas accès à la publicité télévisée pour des raisons diverses tenant à l'ordre public et à la protection de la santé publique ou pour des raisons d'ordre économique relatives à l'équilibre des ressources entre les médias.

Le décret n° 2003-960 du 7 octobre 2003, entré en vigueur le 1<sup>er</sup> janvier 2004 a levé l'interdiction qui pesait sur les secteurs de la presse, de la distribution et de l'édition littéraire, souhait émis par les principaux acteurs de l'audiovisuel et par le CSA lui-même depuis plusieurs années. Cette ouverture s'accompagne cependant de conditions restrictives.

En ce qui concerne la presse, la nécessaire harmonisation avec la réglementation publicitaire qu'implique cette ouverture a conduit le CSA à adopter une recommandation le 19 décembre 2003 qui précise les conditions dans lesquelles peut s'effectuer la publicité télévisée en faveur de la presse.

Sont désormais interdits de publicité télévisée les secteurs d'activité suivants, **(Article 8 du décret du 27 mars 1992 modifié par le décret n° 2003-1056 du 4 novembre 2003)** :

- **Édition littéraire**

Publicité interdite **excepté sur les services de télévision exclusivement distribués par câble ou diffusés par satellite** ;

- **Cinéma**

l'article 15-1 du décret du 27 mars 1992 modifié prévoit que les messages publicitaires pour le cinéma peuvent être diffusés **dans les programmes faisant l'objet de conditions d'accès particulières des services de cinéma distribués par câble ou diffusés par satellite ou par voie hertzienne terrestre en mode numérique**

#### Interdictions législatives

- **Armes à feu**

La publicité pour les armes à feu est interdite sauf sur les chaînes thématiques consacrant plus d'un tiers de leurs programmes, hors publicité, à des émissions relatives à la chasse, à la pêche ou au tir sportif.



*(Article 3 de la loi n° 85-706 du 12 juillet 1985, article 5 du décret n° 85-1305 du 9 décembre 1985).*

- **Assistance juridique, sauf au titre de la publicité collective**

La profession juridique ne peut avoir accès à la publicité à la télévision, qu'à travers ses assemblées représentatives ou chambres syndicales qui communiquent sur l'ensemble des activités de la profession, au titre de la publicité collective.

*(Article 66-4 de la loi n° 71-1130 du 31 décembre 1971, article 3 du décret n° 2-785 du 25 août 1972).*

- **Boissons comprenant plus de 1,2 degré d'alcool**

La loi Évin dresse la liste des supports sur lesquels la propagande ou la publicité, directe ou indirecte, en faveur des boissons alcooliques est autorisée. En ce qui concerne les médias, il s'agit de la presse écrite à l'exclusion des publications destinées à la jeunesse, de l'affichage et des radios privées.

Il en résulte que la publicité à la télévision pour les boissons comprenant plus de 1,2 degré d'alcool est interdite.

*(Article L.17 du code des débits de boissons et des mesures contre l'alcoolisme modifié par la loi du 10 janvier 1991, dite loi Évin, relative à la lutte contre le tabagisme et l'alcoolisme).*

- **Loteries prohibées (jeux d'argent autres que ceux offerts par le PMU ou la Française des jeux)**

*(Article 4 de la loi du 21 mai 1836).*

- **Médicaments remboursables et soumis à prescription médicale**

Seuls les médicaments délivrés sans prescription médicale obligatoire, non remboursables par la Sécurité sociale et ayant obtenu un visa de publicité auprès de l'Agence du médicament, peuvent faire l'objet d'un message publicitaire à la télévision, s'ils sont accompagnés de la mention à l'écran : « Ceci est un médicament ».

*(Article L. 551-3 du code de la santé publique).*

- **Publicité politique**

*(Article 14 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 modifié par l'article 22 de la loi n° 90-55 du 15 janvier 1990 relative à la limitation des dépenses électorales et à la clarification du financement des activités politiques).*

« Les émissions publicitaires à caractère politique sont interdites.

Toute infraction aux dispositions de l'alinéa ci-dessus est passible des peines prévues à l'article L 90-1 du code électoral.»

L'article L 90-1 du code électoral précise qu'il s'agit d'une amende de 75 000 €.

En ce qui concerne les campagnes publicitaires émanant d'une collectivité locale, il résulte de l'article L.52-1 §2 du code électoral que « à compter du premier jour du sixième mois précédant le mois au cours duquel il doit être procédé à des élections générales, aucune campagne de promotion publicitaire des réalisations ou de la gestion de cette collectivité ne peut être organisée sur le territoire des collectivités intéressées par le scrutin ».

La recommandation du CSA du 19 décembre 2003 sur la publicité pour la presse à la télévision précise qu'en dehors des périodes électorales, toute publicité pour une publication faisant référence à une personnalité, un événement ou un parti ou groupement politique est licite.

En période électorale, les chaînes ne doivent pas diffuser de message publicitaire dont le contenu pourrait peser sur le scrutin. Il s'agit de messages comportant des références verbales ou visuelles à des candidats ou listes de candidats, à la compétition électorale ou aux conséquences possibles de l'élection au plan local, régional ou national.

- **Tabac et produits du tabac**

La loi du 10 janvier 1991, dite loi Évin, dont les dispositions sont aujourd'hui intégrées au code de la santé publique a introduit une interdiction globale de publicité pour les produits du tabac.

La loi n° 93-121 du 27 janvier 1993 a assoupli ce dispositif, l'article 71 prévoyant que : « ...la retransmission des compétitions de sport mécanique qui se déroulent dans des pays où la publicité pour le tabac est autorisée peut être assurée par les chaînes de télévision, jusqu'à ce qu'intervienne une réglementation européenne ».

Cette disposition, qui a été intégrée à l'article L 3511-5 du code de la santé publique, permet d'écarter le principe d'interdiction absolue de publicité en faveur du tabac susceptible d'empêcher les diffuseurs français de retransmettre une épreuve de sport mécanique se déroulant à l'étranger, comportant des panneaux publicitaires en faveur de produits du tabac.

Au cours de retransmissions de sports autres que mécaniques se déroulant à l'étranger, la visualisation de panneaux publicitaires en faveur du tabac est tolérée par le CSA.

La notion de retransmission était interprétée de manière très large mais la Cour d'appel de Paris saisie par le Comité national contre le tabagisme a adopté le 24 septembre 2007 une définition beaucoup plus restrictive de la notion de "*retransmission des compétitions de sport mécanique*". En application de cette nouvelle jurisprudence le Conseil a décidé le 15 janvier 2008 de modifier en conséquence sa doctrine. Désormais, **il n'acceptera l'apparition de marques de cigarettes que dans le cadre de la retransmission en direct d'une compétition de sport mécanique.**

- ◆ **Le parrainage**

- Définition**

Constitue un parrainage toute contribution d'une entreprise ou d'une personne morale publique ou privée, n'exerçant pas d'activité de radiodiffusion ou de production d'œuvres audiovisuelles, au financement d'émissions télévisées, afin de promouvoir son nom, sa marque, son image, ses activités ou ses réalisations. (*Article 17 du décret n° 92-280 du 27 mars 1992 modifié*).

- Restrictions au parrainage**

- Les journaux télévisés et les émissions d'information politique ne peuvent être parrainés. (*Article 20 du décret du 27 mars 1992 modifié*).

- Les émissions télévisées ne peuvent être parrainées par des entreprises qui ont pour activité principale la fabrication ou la vente de boissons alcooliques, de produits du tabac, de médicaments ou de traitements médicaux disponibles sur prescription médicale.

*(Article 19 du décret du 27 mars 1992 modifié).*

- les autres secteurs interdits à la publicité télévisée ne peuvent faire l'objet de messages de parrainage.

#### ❑ Conditions du parrainage

- Le contenu et la programmation des émissions parrainées ne doivent pas être influencés par le parrain dans des conditions susceptibles de porter atteinte à la responsabilité et à l'indépendance éditoriale du service de télévision.

*(Article 18-I du décret du 27 mars 1992 modifié)*

- Elles ne doivent pas inciter à l'achat ou à la location des produits ou services du parrain ou d'un tiers.

*(Article 18-II du décret du 27 mars 1992 modifié).*

#### ❑ Identification du parrain

- La présence du parrain doit être clairement identifiée en tant que telle au début ou à la fin de l'émission.

« Cette identification peut se faire par le nom du parrain, sa dénomination, sa raison sociale, son secteur d'activité, ses marques, les facteurs d'image et signes distinctifs qui lui sont habituellement associés tels que sigle, logotype et indicatif sonore, à l'exclusion de tout slogan publicitaire et de la présentation du produit lui-même ou de son conditionnement. »

*(Article 18-III du décret du 27 mars 1992 ).*

On entend par « facteur d'images » et signes distinctifs, selon le Bureau de vérification de la publicité, ce qui véhicule l'image de la société ou de ses marques ou de son activité. C'est ainsi que la camionnette Darty a été introduite sur les écrans de télévision comme élément d'identification de la société parrainant l'émission.

Il peut en outre arriver qu'un parrain utilise des slogans dits institutionnels, qui n'incitent pas à l'achat, comme messages de parrainage de son entreprise.

- En dehors de sa présence dans les génériques de début et de fin d'émission, la mention du parrain au cours de l'émission parrainée et dans les bandes-annonces, n'est possible que dans la mesure où elle est ponctuelle et discrète et se fait par les moyens d'identification énumérés par le décret.

Le CSA regarde comme ponctuelle une apparition dont la durée n'excède pas cinq secondes et qui est séparée d'une autre apparition du parrain par un intervalle moyen d'au moins dix minutes.

*(Article 18-IV du décret du 27 mars 1992).*

## ◆ Le téléachat

### □ Définition

On entend par téléachat la diffusion d'offres faites directement au public en vue de la fourniture, moyennant paiement, de biens meubles ou immeubles, de services, ou de droits et obligations s'y rapportant.

La diffusion de ces offres est réservée aux émissions de téléachat.

*(Article 21 du décret n° 92-280 du 27 mars 1992 modifié).*

### □ Conditions de diffusion

- Les émissions de téléachat sont clairement annoncées comme telles.  
*(Article 23 du décret n° 92-280 du 27 mars 1992 modifié)*
- La marque, le nom du fabricant ou du distributeur d'un objet ou d'un produit, le nom du prestataire d'un service offert à la vente ne sont pas montrés, mentionnés ou indiqués à l'antenne et ne font pas l'objet, par un autre moyen, d'une annonce ou d'une publication se rapportant à l'émission. La marque est précisée lors de la commande, ainsi que le nom du fabricant ou du distributeur qui donne sa garantie. Les conditions de commande ne doivent comporter aucune ambiguïté quant aux engagements souscrits.  
*(Article 24 du décret n° 92-280 du 27 mars 1992 modifié).*
- La présentation des biens ou services offerts à la vente doit être conçue dans le respect des intérêts des consommateurs et ne doit pas comporter d'allégations ou d'indications fausses ou de nature à induire le public en erreur. Les biens ou services sont décrits de manière aussi précise que possible, dans des conditions que déterminent les conventions et cahiers des charges.  
*(Article 25 du décret n° 92-280 du 27 mars 1992 modifié).*
- Les émissions de téléachat ne font pas intervenir de mineurs de seize ans.  
*(Article 26 du décret n° 92-280 du 27 mars 1992 modifié).*
- Les conventions et cahiers des charges fixent les modalités selon lesquelles un même bien ou service peut être présenté à la fois dans une émission de téléachat et dans un message publicitaire.  
*(Article 27 du décret n° 92-280 du 27 mars 1992 modifié).*

### □ Règles de diffusion

- Les émissions de téléachat ne peuvent être interrompues par des écrans publicitaires.  
*(Article 28 du décret du 27 mars 1992 modifié).*
- La durée des émissions de téléachat ne peut être inférieure à quinze minutes. Leur durée totale ne peut dépasser trois heures par jour.

Ces émissions ne peuvent être diffusées par voie hertzienne terrestre qu'entre minuit et 11 heures, et, dans la limite d'une heure, entre 14 heures et 16 heures. Toutefois, aucune diffusion ne peut avoir lieu le mercredi après-midi, le samedi après-midi et le dimanche toute la journée.

*(Article 29 du décret du 27 mars 1992 modifié).*

- Les services de télévision ne diffusent pas plus de huit émissions quotidiennes de téléachat.

*(Article 30 du décret du 27 mars 1992 modifié).*

## **5. Les obligations de production des œuvres cinématographiques et audiovisuelles**

L'article 27-3° de la loi du 30 septembre 1986 modifiée prévoit qu'un décret fixe les principes généraux définissant les obligations concernant notamment la contribution des éditeurs de services au développement de la production d'œuvres cinématographiques et audiovisuelles. Il s'agit du décret n° 2001-609 du 9 juillet 2001 modifié par un décret du 4 novembre 2003. Ce décret, entré en vigueur le 1<sup>er</sup> janvier 2004, fixe les règles relatives à la contribution des éditeurs de services de télévision diffusés en clair par voie hertzienne terrestre en mode **numérique** au développement de la production d'œuvres cinématographiques et audiovisuelles.

### **• Obligation de contribution à la production d'œuvres cinématographiques**

Les dispositions qui régissent cette obligation figurent au titre 1 dudit décret. Elles ne sont pas applicables aux services de télévision diffusant annuellement un nombre d'œuvres cinématographiques de longue durée inférieur ou égal à 52. Cette obligation s'élève à 3,2 % du chiffre d'affaires annuel net de l'exercice précédent pour le développement de la production d'œuvres cinématographiques européennes, dont 2,5 % pour des œuvres d'expression originale française.

### **• Obligation de contribution à la production d'œuvres audiovisuelles**

L'article 8 du décret n° 2001-609 modifié prévoit que les diffuseurs doivent consacrer chaque année au moins 16 % de leur chiffre d'affaires annuel net de l'exercice précédent à des dépenses contribuant au développement de la production d'œuvres audiovisuelles d'expression originale française.

L'article 3 du même décret exclut de l'assiette du chiffre d'affaires net annuel d'un service de télévision la part consacrée à la programmation d'émissions sur une zone géographique dont la population recensée est inférieure à 10 millions d'habitants.

En pratique, cette déduction atténue à tel point le chiffre d'affaires servant de base au calcul, que l'obligation de contribution à la production d'œuvres audiovisuelles devient nulle ou très faible.

## 6. Les obligations spécifiques

### Accès aux programmes des personnes sourdes et malentendantes ainsi que, éventuellement, des personnes non voyantes

La loi pour l'égalité des droits et des chances, la participation et la citoyenneté des personnes handicapées publiée le 11 février 2005, a introduit des modifications dans la loi du 30 septembre 1986. Toutes les chaînes sont donc tenues de respecter ces dispositions de la loi en prenant des engagements en la matière qui s'inscrivent dans leurs conventions :

*« La convention porte notamment sur les proportions des programmes qui, par des dispositifs adaptés et en particulier aux heures de grande écoute, sont rendus accessibles aux personnes sourdes ou malentendantes, en veillant notamment à assurer l'accès à la diversité des programmes diffusés.*

*Pour les services dont l'audience moyenne annuelle dépasse 2,5 % de l'audience totale des services de télévision, cette obligation s'applique, dans un délai maximum de cinq ans suivant la publication de la loi n° 2005-102 du 11 février 2005 pour l'égalité des droits et des chances, la participation et la citoyenneté des personnes handicapées, à la totalité de leurs programmes, à l'exception des messages publicitaires. La convention peut toutefois prévoir des dérogations justifiées par les caractéristiques de certains programmes.*

*(Article 33-1 de la loi du 30 septembre 1986, alinéa créé par la loi n° 2005-102 du 11 février 2005).*

### Le respect de la représentation de la diversité

La loi du 31 mars 2006 sur l'égalité des chances a confié au CSA l'obligation de veiller à ce que la programmation des médias audiovisuels reflète la diversité de la société française.

Les missions du CSA en matière de cohésion sociale et de lutte contre les discriminations s'appliquent à l'ensemble des opérateurs audiovisuels (éditeurs, distributeurs, opérateurs de réseaux satellitaires) alors que seuls les éditeurs de services audiovisuels sont tenus d'assurer, sur l'ensemble de leur programmation et non émission par émission, le reflet de la de la société française.

Les chaînes autorisées sont donc tenues de prendre les dispositions nécessaires pour répondre à cette obligation.

*« Le Conseil supérieur de l'audiovisuel contribue aux actions en faveur de la cohésion sociale et à la lutte contre les discriminations dans le domaine de la communication audiovisuelle. Il veille, notamment, auprès des éditeurs de services de radio et de télévision, compte tenu de la nature de leurs programmes, à ce que la programmation reflète la diversité de la société française. Il rend compte dans son rapport annuel de l'action des éditeurs de services dans ce domaine ».*

*(Article 3-1 de la loi de 1986, alinéa inséré par la loi n° 2006-396 du 31 mars 2006).*

*« La convention comporte également les mesures en faveur de la cohésion sociale, de la diversité culturelle et relative à la lutte contre les discriminations. »*  
*(Article 33-1 de la loi du 30 septembre 1986, alinéa inséré par la loi n° 2006-396 du 31 mars 2006).*

# ***ANNEXES***



# Sommaire

## **Annexe 1**

*Loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative  
à la liberté de communication (extraits)* **41**

*Code général des collectivités territoriales (extraits)* **57**

## **Annexe 2**

*Modèle de décision d'appel à candidatures pour une télévision  
numérique locale et modèle de dossier de candidature* **59**

## **Annexe 3**

*Dispositif juridique relatif au régime de la publicité et du parrainage* **89**

## **Annexe 4**

*Dispositif juridique relatif au régime de la publicité et du parrainage* **93**

## Extraits de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication modifiée

### Télévision locale hertzienne terrestre en mode numérique

#### LE LANCEMENT D'UN APPEL À CANDIDATURES

##### Article 31

Si les décisions d'autorisation d'usage de la ressource radioélectrique sont susceptibles de modifier de façon importante le marché en cause, le Conseil supérieur de l'audiovisuel procède, préalablement au lancement des procédures prévues aux articles 29, 30, 30-1, 30-5 et 30-6, à une consultation publique. Les modalités de cette consultation sont déterminées par le conseil.

##### Article 30-1

Sous réserve des dispositions de l'article 26, l'usage de ressources radioélectriques pour la diffusion de tout service de télévision par voie hertzienne terrestre en mode numérique est autorisé par le Conseil supérieur de l'audiovisuel dans les conditions prévues au présent article.

I. Le Conseil supérieur de l'audiovisuel définit des catégories de services et lance un appel à candidatures dont la zone géographique équivaut à l'ensemble du territoire métropolitain pour les services à vocation nationale. Pour les services à vocation locale, les zones géographiques sont préalablement déterminées par le Conseil supérieur de l'audiovisuel. Celui-ci fixe le délai dans lequel les candidatures doivent être déposées et publie la liste de fréquences pouvant être attribuées dans la zone considérée, accompagnée des indications concernant les zones dans lesquelles peuvent être implantées des stations d'émission et la puissance apparente rayonnée. Celle-ci doit tendre, dans la limite des contraintes techniques et économiques, à la prise en compte des différents modes de réception de la télévision numérique terrestre, et notamment à favoriser le développement de la réception portable et de la réception mobile.

Le Conseil supérieur de l'audiovisuel réunit tous les acteurs publics et privés concernés et procède, avant le 30 septembre 2000, à une consultation contradictoire relative à l'aménagement du spectre hertzien en vue d'un développement optimal de la diffusion numérique terrestre. Il rend publiques les conclusions de cette consultation avant le 31 octobre 2000.

II. Les déclarations de candidature sont présentées par les éditeurs de services constitués sous forme de société commerciale, y compris de société d'économie mixte locale ou de société coopérative d'intérêt collectif, ou d'établissement public de coopération culturelle ou d'association mentionnée au 3<sup>e</sup> alinéa de l'article 29. Elles indiquent, outre les éléments mentionnés au 3<sup>e</sup> alinéa de l'article 30.

1<sup>o</sup> le cas échéant, la part de la programmation réservée à l'expression locale ;

2<sup>o</sup> les zones géographiques envisagées et, pour les services à vocation nationale, les engagements du candidat en matière d'extension de la couverture du territoire ;

3° si le service fait appel à une rémunération de la part des usagers, les modalités de commercialisation et tout accord, conclu ou envisagé, relatif au système d'accès sous condition ;

4° le besoin en bande passante pour la diffusion du service concerné ;

5° les propositions éventuelles du candidat quant au choix de sa fréquence, au regroupement technique ou commercial de son service avec d'autres services édités par lui ou un tiers, au choix de distributeurs de services mentionnés à l'article 30-2 et, le cas échéant, aux modalités de commercialisation ;

6° le cas échéant, les données associées au programme de télévision destinées à l'enrichir et à le compléter, ainsi que la diffusion de services de communication audiovisuelle autres que télévisuels ;

7° les engagements du candidat en ce qui concerne le délai de mise en exploitation du service.

À l'issue du délai prévu au premier alinéa du I, le Conseil supérieur de l'audiovisuel arrête la liste des candidats dont le dossier est recevable.

### III. Le Conseil supérieur de l'audiovisuel procède à une audition publique des candidats.

Sans préjudice des dispositions des articles 1<sup>er</sup>, 3-1 et 26, il autorise la reprise intégrale et simultanée des services de télévision autorisés dans la zone considérée en application de l'article 30 préalablement à la date de l'appel à candidatures lorsque les candidats lui en ont fait la demande et si cette reprise s'effectue selon un principe identique en ce qui concerne le recours ou non à une rémunération de la part des usagers. La reprise intégrale et simultanée s'entend indépendamment des caractéristiques techniques en matière notamment de format et de définition des programmes. En outre, la condition de simultanéité n'est pas exigée lorsque le service est mis à disposition directe du public dans les départements, territoires et collectivités territoriales d'outre-mer et en Nouvelle-Calédonie. Sans préjudice des articles 39 à 41-4, le deuxième alinéa de l'article 41 excepté, cette autorisation est assimilée à l'autorisation initiale dont elle ne constitue qu'une extension.

Sans préjudice des articles 1<sup>er</sup>, 3-1, 26 et des impératifs et critères visés aux deux alinéas suivants, le Conseil supérieur de l'audiovisuel accorde également à tout éditeur d'un service à vocation nationale autorisé au titre de l'alinéa précédent et qui en fait la demande un droit d'usage de la ressource radioélectrique pour la diffusion d'un autre service de télévision, à condition qu'il soit édité par une personne morale distincte, contrôlée par cet éditeur au sens du 2° de l'article 41-3.

Le Conseil accorde les autres autorisations d'usage de la ressource radioélectrique en appréciant l'intérêt de chaque projet pour le public au regard des impératifs prioritaires et des critères mentionnés aux articles 29 et 30, ainsi que des engagements du candidat en matière de couverture du territoire, de production et de diffusion d'œuvres audiovisuelles et cinématographiques françaises et européennes. Il tient également compte de la cohérence des propositions formulées par les candidats en matière de regroupement technique et commercial avec d'autres services et en matière de choix des distributeurs de services, ainsi que de la nécessité d'offrir des services répondant aux attentes d'un large public et de nature à encourager un développement rapide de la télévision numérique de terre.

Dans la mesure de leur viabilité économique et financière notamment au regard de la ressource publicitaire, il favorise les services ne faisant pas appel à une rémunération de la part des usagers et contribuant à renforcer la diversité des opérateurs ainsi que le pluralisme de l'information, tous médias confondus.

Il veille en outre à favoriser les services à vocation locale, notamment ceux consistant en la reprise des services locaux conventionnés au titre de l'article 33-1.

Lorsque le Conseil supérieur de l'audiovisuel autorise un ou plusieurs programmes consistant, dans les conditions prévues au 14° de l'article 28, en la rediffusion, intégrale ou partielle, d'un service de télévision

diffusé par voie hertzienne terrestre, chacun de ces programmes est considéré, pour l'application du 4<sup>e</sup> alinéa de l'article 41, comme faisant l'objet d'une autorisation distincte.

**IV.** Dans la mesure de la ressource radioélectrique disponible et au vu des propositions de regroupement formulées par les candidats, le Conseil supérieur de l'audiovisuel précise sur quelle fréquence s'exerce le droit d'usage accordé à chaque service en veillant au mieux à la cohérence technique et commerciale des regroupements ainsi constitués.

Les éditeurs de services de télévision par voie hertzienne terrestre en mode numérique, titulaires d'une autorisation d'usage de la ressource radioélectrique délivrée sur la base du présent article ou d'un droit d'usage en vertu de l'article 26, supportent l'intégralité du coût des réaménagements des fréquences nécessaires à la diffusion de ces services. Le préfinancement d'une partie de cette dépense peut être assuré par le fonds de réaménagement du spectre, géré par l'Agence nationale des fréquences. Un décret en Conseil d'État précise les conditions d'application du présent alinéa et, notamment, les modalités de répartition de la prise en charge du coût des réaménagements des fréquences.

## **LA DURÉE ET LE RENOUVELLEMENT DES AUTORISATIONS**

### **Article 28-1**

**I.** La durée des autorisations délivrées en application des articles 29, 30, 30-1, 30-2 et 33-2 ne peut excéder dix ans. Toutefois, pour les services de radio en mode analogique, elle ne peut excéder cinq ans. Ces autorisations sont délivrées par le Conseil supérieur de l'audiovisuel dans un délai de huit mois à compter de la date de clôture de réception des déclarations de candidatures des éditeurs ou des distributeurs de services.

Les autorisations délivrées en application des articles 29, 29-1, 30, et 30-1 sont reconduites par le Conseil supérieur de l'audiovisuel, hors appel aux candidatures, dans la limite de deux fois en sus de l'autorisation initiale, et chaque fois pour cinq ans, sauf :

1° si l'État modifie la destination de la ou des fréquences considérées en application de l'article 21 ;

2° si une sanction, une astreinte liquidée ou une condamnation dont le titulaire de l'autorisation a fait l'objet sur le fondement de la présente loi, ou une condamnation prononcée à son encontre, sur le fondement des articles 23, 24 et 24 bis de la loi du 29 juillet 1881 sur la liberté de la presse ou des articles 227-23 ou 227-24 du code pénal est de nature à justifier que cette autorisation ne soit pas reconduite hors appel à candidatures ;

3° si la reconduction de l'autorisation hors appel à candidatures est de nature à porter atteinte à l'impératif de pluralisme sur le plan national ou sur le plan régional et local ;

4° si la situation financière du titulaire ne lui permet pas de poursuivre l'exploitation dans des conditions satisfaisantes ;

5° pour les services de radio, si le service ne remplit plus les critères propres à la catégorie pour laquelle il est autorisé.

À compter du 1<sup>er</sup> janvier 2002, les autorisations prévues aux articles 30 et 30-1 ne sont reconduites, hors appel à candidatures, qu'une seule fois pour une période maximale de cinq ans, sauf dans les cas visés aux 1° à 5° ci-dessus.

II. Un an avant l'expiration de l'autorisation, délivrée en application des articles 29 ou 30, le Conseil supérieur de l'audiovisuel publie sa décision motivée de recourir ou non à la procédure de reconduction hors appel à candidatures. Ce délai est de dix-huit mois pour l'autorisation délivrée en application des articles 29-1 et 30-1.

Dans l'hypothèse où le Conseil supérieur de l'audiovisuel décide de recourir à la reconduction hors appel à candidatures, sa décision mentionne, pour les services de communication audiovisuelle autres que radiophoniques, les points principaux de la convention en vigueur qu'il souhaite voir réviser, ainsi que ceux dont le titulaire demande la modification.

Pour les services de communication audiovisuelle autres que radiophoniques, le Conseil supérieur de l'audiovisuel procède, dans le délai d'un mois suivant la publication de sa décision, à l'audition publique du titulaire. Il peut également procéder à l'audition publique de tiers intéressés.

À défaut d'accord six mois au moins avant la date d'expiration de l'autorisation, délivrée en application des articles 29, 29-1, 30 et 30-1, ou neuf mois avant la date d'expiration de l'autorisation délivrée en application des articles 29-1 et 30-1., celle-ci n'est pas reconduite hors appel à candidatures. Une nouvelle autorisation d'usage de fréquences ne peut être alors délivrée par le Conseil supérieur de l'audiovisuel que dans les conditions prévues aux articles 29, 30, 30-1 et 33-2.

### **Article 30-1**

Sous réserve des dispositions de l'article 26, l'usage de ressources radioélectriques pour la diffusion de tout service de télévision par voie hertzienne terrestre en mode numérique est autorisé par le Conseil supérieur de l'audiovisuel dans les conditions prévues au présent article.

I. Le Conseil supérieur de l'audiovisuel définit des catégories de services et lance un appel aux candidatures dont la zone géographique équivaut à l'ensemble du territoire métropolitain pour les services à vocation nationale. Pour les services à vocation locale, les zones géographiques sont préalablement déterminées par le Conseil supérieur de l'audiovisuel. Celui-ci fixe le délai dans lequel les candidatures doivent être déposées et publie la liste de fréquences pouvant être attribuées dans la zone considérée, accompagnée des indications concernant les zones dans lesquelles peuvent être implantées des stations d'émission et la puissance apparente rayonnée. Celle-ci doit tendre, dans la limite des contraintes techniques et économiques, à la prise en compte des différents modes de réception de la télévision numérique terrestre, et notamment à favoriser le développement de la réception portable et de la réception mobile.

Le Conseil supérieur de l'audiovisuel réunit tous les acteurs publics et privés concernés et procède, avant le 30 septembre 2000, à une consultation contradictoire relative à l'aménagement du spectre hertzien en vue d'un développement optimal de la diffusion numérique terrestre. Il rend publiques les conclusions de cette consultation avant le 31 octobre 2000.

II. Les déclarations de candidature sont présentées par les éditeurs de services constitués sous forme de société commerciale, y compris de société d'économie mixte locale ou de société coopérative d'intérêt collectif, ou d'établissement public de coopération culturelle ou d'association mentionnée au 3<sup>e</sup> alinéa de l'article 29. Elles indiquent, outre les éléments mentionnés au 3<sup>e</sup> alinéa de l'article 30.

1° le cas échéant, la part de la programmation réservée à l'expression locale ;

2° les zones géographiques envisagées et, pour les services à vocation nationale, les engagements du candidat en matière d'extension de la couverture du territoire ;

3° si le service fait appel à une rémunération de la part des usagers, les modalités de commercialisation et tout accord, conclu ou envisagé, relatif au système d'accès sous condition ;

4° le besoin en bande passante pour la diffusion du service concerné ;

5° les propositions éventuelles du candidat quant au choix de sa fréquence, au regroupement technique ou commercial de son service avec d'autres services édités par lui ou un tiers, au choix de distributeurs de services mentionnés à l'article 30-2 et, le cas échéant, aux modalités de commercialisation ;

6° le cas échéant, les données associées au programme de télévision destinées à l'enrichir et à le compléter, ainsi que la diffusion de services de communication audiovisuelle autres que télévisuels ;

7° les engagements du candidat en ce qui concerne le délai de mise en exploitation du service.

À l'issue du délai prévu au premier alinéa du I, le Conseil supérieur de l'audiovisuel arrête la liste des candidats dont le dossier est recevable.

**III.** Le Conseil supérieur de l'audiovisuel procède à une audition publique des candidats.

Sans préjudice des dispositions des articles 1<sup>er</sup>, 3-1 et 26, 39 à 41-4, il autorise la reprise intégrale et simultanée des services de télévision autorisés dans la zone considérée en application de l'article 30 préalablement à la date de l'appel aux candidatures lorsque les candidats lui en ont fait la demande et si cette reprise s'effectue selon un principe identique en ce qui concerne le recours ou non à une rémunération de la part des usagers. La reprise intégrale et simultanée s'entend indépendamment des caractéristiques techniques en matière notamment de format et de définition des programmes. En outre, la condition de simultanéité n'est pas exigée lorsque le service est mis à disposition directe du public dans les départements, territoires et collectivités territoriales d'outre-mer et en Nouvelle-Calédonie. Sans préjudice des articles 39 à 41-4, le deuxième alinéa de l'article 41 excepté, cette autorisation est assimilée à l'autorisation initiale dont elle ne constitue qu'une extension.

Sans préjudice des articles 1<sup>er</sup>, 3-1, 26 et des impératifs et critères visés aux deux alinéas suivants, le Conseil supérieur de l'audiovisuel accorde également à tout éditeur d'un service à vocation nationale autorisé au titre de l'alinéa précédent et qui en fait la demande un droit d'usage de la ressource radioélectrique pour la diffusion d'un autre service de télévision, à condition qu'il soit édité par une personne morale distincte, contrôlée par cet éditeur au sens du 2° de l'article 41-3.

Le Conseil accorde les autres autorisations d'usage de la ressource radioélectrique en appréciant l'intérêt de chaque projet pour le public au regard des impératifs prioritaires et des critères mentionnés aux articles 29 et 30, ainsi que des engagements du candidat en matière de couverture du territoire, de production et de diffusion d'œuvres audiovisuelles et cinématographiques françaises et européennes. Il tient également compte de la cohérence des propositions formulées par les candidats en matière de regroupement technique et commercial avec d'autres services et en matière de choix des distributeurs de services, ainsi que de la nécessité d'offrir des services répondant aux attentes d'un large public et de nature à encourager un développement rapide de la télévision numérique de terre.

Dans la mesure de leur viabilité économique et financière notamment au regard de la ressource publicitaire, il favorise les services ne faisant pas appel à une rémunération de la part des usagers et contribuant à renforcer la diversité des opérateurs ainsi que le pluralisme de l'information, tous médias confondus.

Il veille en outre à favoriser les services à vocation locale, notamment ceux consistant en la reprise des services locaux conventionnés au titre de l'article 33-1.

Lorsque le Conseil supérieur de l'audiovisuel autorise un ou plusieurs programmes consistant, dans les conditions prévues au 14° de l'article 28, en la rediffusion, intégrale ou partielle, d'un service de télévision diffusé par voie hertzienne terrestre, chacun de ces programmes est considéré, pour l'application du quatrième alinéa de l'article 41, comme faisant l'objet d'une autorisation distincte.

**IV.** Dans la mesure de la ressource radioélectrique disponible et au vu des propositions de regroupement formulées par les candidats, le Conseil supérieur de l'audiovisuel précise sur quelle fréquence s'exerce le

droit d'usage accordé à chaque service en veillant au mieux à la cohérence technique et commerciale des regroupements ainsi constitués.

Les éditeurs de services de télévision par voie hertzienne terrestre en mode numérique, titulaires d'une autorisation d'usage de la ressource radioélectrique délivrée sur la base du présent article ou d'un droit d'usage en vertu de l'article 26, supportent l'intégralité du coût des réaménagements des fréquences nécessaires à la diffusion de ces services. Le préfinancement d'une partie de cette dépense peut être assuré par le fonds de réaménagement du spectre, géré par l'Agence nationale des fréquences. Un décret en Conseil d'État précise les conditions d'application du présent alinéa et, notamment, les modalités de répartition de la prise en charge du coût des réaménagements des fréquences.

### **Article 30-2**

I. Dans un délai de deux mois à compter de la délivrance des autorisations en application du II de l'article 29-1, de l'article 30-1 et de l'octroi des droits d'usage de la ressource radioélectrique en application de l'article 26, les éditeurs de services titulaires d'un droit d'usage d'une même ressource radioélectrique proposent conjointement une société distincte chargée de faire assurer les opérations techniques nécessaires à la transmission et à la diffusion auprès du public de leurs programmes. À défaut d'accord entre les éditeurs sur le choix de ce distributeur, le Conseil supérieur de l'audiovisuel lance un nouvel appel à candidatures sur la ressource radioélectrique concernée dans les conditions prévues à l'article 29-1 ou à l'article 30-1.

II. Toute société proposée au titre du I indique au Conseil supérieur de l'audiovisuel, selon sa forme sociale et l'étendue des missions qui lui ont été confiées par les éditeurs de services :

- les éléments mentionnés à l'article 43-1, la composition de son capital, des organes dirigeants et des actifs de cette société ainsi que de la société qui la contrôle, au sens du 2° de l'article 41-3 ;
- les prévisions de dépenses et de recettes, les conditions commerciales de diffusion des programmes, l'origine et le montant des financements prévus, tout accord de commercialisation du système d'accès sous condition ;
- les caractéristiques techniques de mise en forme du signal, portant notamment sur le choix du système de contrôle d'accès, de sa transmission et de sa diffusion.

III. Le Conseil supérieur de l'audiovisuel autorise toute société proposée au titre du I et lui assigne la ressource radioélectrique correspondante. Cette société est regardée comme un distributeur de services au sens de l'article 2-1. En cas de refus d'autorisation par le conseil, les éditeurs de services titulaires d'un droit d'usage d'une même ressource radioélectrique disposent d'un nouveau délai de deux mois pour proposer conjointement un nouveau distributeur de services.

Les autorisations délivrées en application du présent article comportent les éléments permettant d'assurer les conditions équitables, raisonnables et non discriminatoires de l'utilisation de la ressource radioélectrique par les éditeurs de services autorisés en application du II de l'article 29-1 et de l'article 30-1. Elles comportent également les éléments mentionnés à l'article 25.

L'autorisation n'est pas remise en cause par l'octroi du droit d'usage de la ressource radioélectrique à un nouvel éditeur.

IV. La commercialisation auprès du public des programmes des éditeurs de services autorisés en application de l'article 30-1 est assurée par une société distincte des éditeurs. Cette société est regardée comme un distributeur de services au sens de l'article 2-1 et doit effectuer une déclaration préalable auprès du Conseil supérieur de l'audiovisuel. Cette déclaration comporte les éléments prévus par le décret mentionnés au dernier alinéa de l'article 34. Toute modification de ces éléments doit être préalablement notifiée au Conseil supérieur de l'audiovisuel.

Pour l'application des articles 17-1 et 30-3, le titulaire d'un récépissé de déclaration est regardé comme le titulaire d'une autorisation de distributeur de services.

V. Le 1° et le 2° de l'article 42-1 ne sont pas applicables aux distributeurs de services autorisés en application du présent article.

L'autorisation peut être retirée par le Conseil supérieur de l'audiovisuel en cas de modification substantielle des conditions aux termes desquelles elle avait été délivrée et notamment à la demande conjointe des titulaires des autorisations délivrées en application du II de l'article 29-1 et de l'article 30-1.

A défaut de la conclusion des contrats nécessaires à la diffusion et à la transmission auprès du public des programmes à une date déterminée par le Conseil supérieur de l'audiovisuel, celui-ci peut déclarer l'autorisation caduque.

VI. Au terme des autorisations délivrées en application du II de l'article 29-1 et de l'article 30-1, les titulaires de nouvelles autorisations, éventuellement délivrées en application de l'article 28-1, désignent conjointement leurs distributeurs de services. Ces distributeurs sont autorisés dans les conditions prévues au présent article.

### **Article 30-3**

Dans un délai de deux mois à compter de la délivrance des autorisations prévues à l'article 30-2, les éditeurs de services de télévision faisant appel à une rémunération de la part des usagers et bénéficiant d'une autorisation d'usage de la ressource radioélectrique conformément à l'article 30-1 doivent avoir conclu, dans des conditions équitables, raisonnables et non discriminatoires, les accords nécessaires pour que tout terminal de réception numérique, dont le système d'accès conditionnel et le moteur d'interactivité sont exploités par les distributeurs de services bénéficiant d'une autorisation prévue à l'article 30-2, puissent recevoir leurs programmes et les services qui y sont associés.

A défaut, le Conseil supérieur de l'audiovisuel définit les conditions techniques et commerciales nécessaires à la conclusion de ces accords dans les conditions prévues à l'article 17-1.

## **LA CONVENTION**

### **Article 28**

La délivrance des autorisations d'usage de la ressource radioélectrique pour chaque nouveau service diffusé par voie hertzienne terrestre, autre que ceux exploités par les sociétés nationales de programme, est subordonnée à la conclusion d'une convention passée entre le Conseil supérieur de l'audiovisuel au nom de l'État et la personne qui demande l'autorisation.

Dans le respect de l'honnêteté et du pluralisme de l'information et des programmes et des règles générales fixées en application de la présente loi et notamment de son article 27, cette convention fixe les règles particulières applicables au service, compte tenu de l'étendue de la zone desservie, de la part du service dans le marché publicitaire, du respect de l'égalité de traitement entre les différents services et des conditions de concurrence propres à chacun d'eux ainsi que du développement de la radio et de la télévision numériques.

La convention porte notamment sur un ou plusieurs des points suivants :

- 1° la durée et les caractéristiques générales du programme propre ;
- 2° le temps consacré à la diffusion d'œuvres audiovisuelles d'expression originale française en première diffusion en France, la part du chiffre d'affaires consacrée à l'acquisition des droits de diffusion de ces œuvres ainsi que la grille horaire de leur programmation ;



2° bis la proportion substantielle d'œuvres musicales d'expression française ou interprétées dans une langue régionale en usage en France, qui doit atteindre un minimum de 40% de chansons d'expression française, dont la moitié au moins provenant de nouveaux talents ou de nouvelles productions, diffusées aux heures d'écoute significative par chacun des services de radio autorisés par le Conseil supérieur de l'audiovisuel, pour la part de ses programmes composée de musique de variétés.

Par dérogation, le Conseil supérieur de l'audiovisuel peut autoriser, pour des formats spécifiques, les proportions suivantes :

- soit pour les radios spécialisées dans la mise en valeur du patrimoine musical : 60% de titres francophones, dont un pourcentage de nouvelles productions pouvant aller jusqu'à 10 % du total, avec au minimum un titre par heure en moyenne ;
- soit pour les radios spécialisées dans la promotion de jeunes talents : 35% de titres francophones, dont 25% au moins du total provenant de nouveaux talents ;

3° *abrogé par la loi n° 2000-719 du 1<sup>er</sup> août 2000*

4° la part du chiffre d'affaires consacrée à l'acquisition des droits de diffusion d'œuvres cinématographiques d'expression originale française ;

4° bis les dispositions propres à assurer le respect de la langue française et le rayonnement de la francophonie ;

5° la diffusion de programmes éducatifs et culturels ainsi que d'émissions destinées à faire connaître les différentes formes d'expression artistique ;

5° bis le développement, par des dispositifs adaptés, de l'accès des personnes sourdes et malentendantes aux programmes diffusés ;

6° les dispositions propres à assurer l'indépendance des producteurs à l'égard des diffuseurs ;

7° la contribution à des actions culturelles, éducatives et de défense des consommateurs ;

8° la contribution à la diffusion d'émissions de radio ou de télévision dans les départements, territoires et collectivités territoriales d'outre-mer, à la connaissance, en métropole, de ces départements, territoires et collectivités territoriales et à la diffusion des programmes culturels de ces collectivités ;

9° la contribution à la diffusion à l'étranger d'émissions de radio ou de télévision ;

10° le temps maximum consacré à la publicité, aux émissions parrainées, ainsi que les modalités de leur insertion dans les programmes ;

11° le concours complémentaire au soutien financier de l'industrie cinématographique et de l'industrie de programmes audiovisuels dans les conditions d'affectation fixées par la loi de finances ;

12° les conditions dans lesquelles les services de télévision bénéficiant d'une autorisation nationale en clair sont autorisés à effectuer des décrochages locaux sous leur responsabilité éditoriale, dans la limite cumulée de trois heures par jour, sauf dérogation du Conseil supérieur de l'audiovisuel. Les décrochages locaux visés au présent alinéa ne sont pas considérés comme des services distincts bénéficiant d'autorisations locales et ne peuvent comporter de messages publicitaires ni d'émissions parrainées. Toutefois, les décrochages locaux exceptionnels autorisés par le Conseil supérieur de l'audiovisuel, dans des conditions prévues par décret, peuvent comporter des messages publicitaires diffusés sur l'ensemble du territoire national.

13° les engagements en matière d'extension de la couverture du territoire ;

14° Les modalités de rediffusion, intégrale ou partielle, par un réseau de communications électroniques au sens du 2° de l'article L. 32 du code des postes et des communications électroniques, du service de télévision en plusieurs programmes, dans des conditions fixées par décret (décret non encore paru). Dans la limite d'un tiers de leur temps de diffusion, ces rediffusions peuvent toutefois comprendre des programmes différents du programme principal dont elles sont issues. Elles doivent s'effectuer selon un principe identique en ce qui concerne le recours ou non à une rémunération de la part des usagers. Les obligations mentionnées aux 3° et 4° de l'article 27 portent alors globalement sur le service, et les obligations mentionnées aux 1°, 2° et 5° dudit article portent sur chacun des programmes le constituant ;

15° les données associées au programme principal destinées à l'enrichir et à le compléter ;

16° La diffusion de programmes consacrés à la culture scientifique, technique et industrielle.

La convention mentionnée au premier alinéa définit également les prérogatives et notamment les pénalités contractuelles dont dispose le Conseil supérieur de l'audiovisuel pour assurer le respect des obligations conventionnelles. Ces pénalités ne peuvent être supérieures aux sanctions prévues aux 1°, 2° et 3° de l'article 42-1 de la présente loi ; elles sont notifiées au titulaire de l'autorisation qui peut, dans les deux mois, former un recours devant le Conseil d'État.

Pour l'application des dispositions du 2°bis du présent article, le Conseil supérieur de l'audiovisuel adaptera, dans les six mois à compter de la publication de la loi n° 94-88 du 1<sup>er</sup> février 1994 modifiant la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication, les conventions déjà conclues avec les services de radio autorisés.

Sans préjudice des règles générales fixées en application de la présente loi et notamment de son article 27 et afin de faciliter le développement de la télévision numérique de terre, les conventions conclues avec les éditeurs de services autorisés en application de l'article 30-1 pourront être régulièrement révisées sur un ou plusieurs des points précédemment énumérés.

*(Loi n° 2000-719 du 1<sup>er</sup> août 2000, article 84. Pour l'application des dispositions du 14° de l'article 28 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 précitée, le Conseil supérieur de l'audiovisuel adaptera, dans un délai de six mois à compter de la date de promulgation de la présente loi, les conventions déjà conclues en application du même article.)*

## LE DISPOSITIF ANTI-CONCENTRATION

### Article 39

I. Une même personne physique ou morale agissant seule ou de concert ne peut détenir, directement ou indirectement, plus de 49 % du capital ou des droits de vote d'une société titulaire d'une autorisation relative à un service national de télévision par voie hertzienne terrestre dont l'audience moyenne annuelle par un réseau de communications électroniques au sens de l'article 2° de l'article L.32 du code des postes et des communications électroniques, tant en mode analogique qu'en mode numérique, dépasse 2,5 % de l'audience totale des services de télévision.

Pour l'application de l'alinéa précédent, l'audience de chacun des programmes consistant, au sens de l'article 14° de l'article 28, en la rediffusion, intégrale ou partielle, par un réseau de communications électroniques au sens de l'article 2° de l'article L.32 du code des postes et des communications électroniques d'un service de télévision diffusé est comptabilisée conjointement avec celle du service rediffusé.

Un décret en Conseil d'État (*décret non encore paru*) précise les modalités d'application des deux alinéas précédents. Il fixe notamment les conditions dans lesquelles le Conseil supérieur de l'audiovisuel constate la part d'audience des services de télévision et, en cas de franchissement du niveau d'audience mentionné ci-dessus, impartit aux personnes concernées un délai qui ne peut être supérieur à un an, pour se mettre en conformité avec la règle précitée.

Lorsqu'une personne physique ou morale détient, directement ou indirectement, plus de 15 % du capital ou des droits de vote d'une société titulaire d'une autorisation relative à un service national de télévision par voie hertzienne terrestre en mode analogique, elle ne peut détenir, directement ou indirectement, plus de 15 % du capital ou des droits de vote d'une autre société titulaire d'une telle autorisation.

Lorsqu'une personne physique ou morale détient, directement ou indirectement, plus de 5 % du capital ou des droits de vote de deux sociétés titulaires d'une autorisation relative à un service national de télévision diffusé par voie hertzienne terrestre en mode analogique, elle ne peut détenir, directement ou indirectement, plus de 5 % du capital ou des droits de vote d'une autre société titulaire d'une telle autorisation.

**II.** Une même personne physique ou morale ne peut détenir, directement ou indirectement, plus de la moitié du capital ou des droits de vote d'une société titulaire d'une autorisation relative à un service de télévision diffusé exclusivement sur les fréquences affectées à la radio et à la télévision par satellite.

Lorsqu'une personne physique ou morale détient, directement ou indirectement, plus du tiers du capital ou des droits de vote d'une société titulaire d'une autorisation relative à un service de télévision diffusé exclusivement sur les fréquences affectées à la radio et à la télévision par satellite, elle ne peut détenir, directement ou indirectement, plus du tiers du capital ou des droits de vote d'une autre société titulaire d'une telle autorisation.

Lorsqu'une personne physique ou morale détient, directement ou indirectement, plus de 5 % du capital ou des droits de vote de deux sociétés titulaires d'une autorisation relative à un service de télévision diffusé exclusivement sur les fréquences affectées à la radio et à la télévision par satellite, elle ne peut détenir, directement ou indirectement, plus de 5 % du capital ou des droits de vote d'une autre société titulaire d'une telle autorisation.

**III.** Une même personne physique ou morale titulaire d'une autorisation relative à un service national de télévision diffusé par voie hertzienne terrestre dont l'audience dépasse le seuil mentionné au I ne peut détenir, directement ou indirectement, plus de 33 % du capital ou des droits de vote d'une société titulaire d'une autorisation relative à un service autre que national et qui ne consiste pas essentiellement en la reprise, dans les collectivités françaises d'outre-mer, d'un service national de télévision.

**IV.** Les dispositions du présent article s'entendent sous réserve du respect des situations légalement acquises.

**V.** Le franchissement de la fraction du capital ou des droits de vote prévu par les règlements pris pour l'application de l'article 6 bis de la loi n° 88-70 du 22 janvier 1988 sur les bourses de valeurs n'entraîne l'obligation de déposer un projet d'offre publique qu'à hauteur de la quotité de capital ou des droits lui permettant d'atteindre la limite applicable en vertu du présent article.

#### **Article 41**

Une même personne physique ou morale ne peut, sur le fondement d'autorisations relatives à l'usage de fréquences dont elle est titulaire pour la diffusion d'un ou de plusieurs services de radio par voie hertzienne terrestre en mode analogique, ou par le moyen d'un programme qu'elle fournit à d'autres titulaires d'autorisation par voie hertzienne terrestre en mode analogique, disposer en droit ou en fait de plusieurs réseaux que dans la mesure où la somme des populations recensées dans les zones desservies par ces différents réseaux n'excède pas 150 millions d'habitants.

Nul ne peut être titulaire de deux autorisations relatives chacune à un service national de télévision diffusé par voie hertzienne terrestre.

Nul ne peut être simultanément titulaire d'une autorisation relative à un service national de télévision diffusé par voie hertzienne terrestre dont l'audience dépasse le seuil mentionné au I de l'article 39 et d'une autorisation relative à un service de même nature en mode analogique autre que national. Une même personne peut toutefois être simultanément titulaire d'une autorisation relative à un service national de télévision diffusé par voie hertzienne terrestre et de plusieurs autorisations relatives à des services de même nature desservant chacun une zone géographique différente située dans un département d'outre-mer ou dans une collectivité d'outre-mer ou en Nouvelle-Calédonie.

Toutefois, une même personne peut être titulaire, directement ou indirectement, d'un nombre maximal de sept autorisations relatives chacune à un service ou programme national de télévision diffusé par voie hertzienne terrestre en mode numérique lorsque ces services ou programmes sont édités par des sociétés distinctes ou lorsqu'ils sont autorisés dans les conditions prévues au deuxième ou au dernier alinéa du III de l'article 30-1 .

Une personne ne peut être titulaire de plus de deux autorisations relatives chacune à un service de télévision diffusé exclusivement sur des fréquences affectées à la radio et à la télévision par satellite.

Une personne titulaire d'une ou de plusieurs autorisations relatives chacune à un service de télévision diffusé par voie hertzienne terrestre en mode analogique autre que national ne peut devenir titulaire d'une nouvelle autorisation relative à un service de même nature autre que national si cette autorisation devait avoir pour effet de porter à plus de douze millions d'habitants la population recensée des zones desservies par l'ensemble des services de même nature pour lesquels elle serait titulaire d'autorisations.

Une personne titulaire d'une ou de plusieurs autorisations relatives chacune à un service de télévision diffusé par voie hertzienne terrestre en mode numérique autre que national ne peut devenir titulaire d'une nouvelle autorisation relative à un service de même nature autre que national si cette autorisation devait avoir pour effet de porter à plus de douze millions d'habitants la population recensée des zones desservies par l'ensemble des services de même nature pour lesquels elle serait titulaire d'autorisations.

Une personne titulaire d'une autorisation pour l'exploitation d'un service de télévision par voie hertzienne terrestre en mode analogique dans une zone déterminée ne peut devenir titulaire d'une nouvelle autorisation relative à un service de même nature diffusé en tout ou partie dans la même zone en mode analogique.

Une personne titulaire d'une autorisation pour l'exploitation d'un service de télévision par voie hertzienne terrestre en mode numérique dans une zone déterminée ne peut devenir titulaire d'une nouvelle autorisation relative à un service de même nature diffusé en tout ou partie dans la même zone en mode numérique.

Nul ne peut être titulaire d'une ou plusieurs autorisations relatives chacune à un service de radio dont l'audience potentielle cumulée terrestre dépasse 20 % des audiences potentielles cumulées de l'ensemble des services de radio, publics ou autorisés, diffusés par voie hertzienne terrestre.

### **Article 41-3**

Pour l'application des articles 39, 41, 41-1, 41-1-1, 41-2 et 41-2-1 :

*1° abrogé par la loi n° 2000-719 du 1<sup>er</sup> août 2000*

*2° toute personne physique ou morale qui contrôle, au regard des critères figurant à l'article 355-1 de la loi n° 66-537 du 24 juillet 1966 précitée [actuel article L.233-3 du code de commerce], une société titulaire*

d'autorisation ou a placé celle-ci sous son autorité ou sa dépendance est regardée comme titulaire d'une autorisation ; est également regardée comme titulaire d'une autorisation toute personne qui exploite ou contrôle un service de radio par voie hertzienne terrestre ou un service de télévision diffusé exclusivement sur les fréquences affectées à la radio et à la télévision par satellite, à partir de l'étranger ou sur des fréquences affectées à des États étrangers, et normalement reçus, en langue française, sur le territoire français ;

3° toute personne physique ou morale qui contrôle, au sens de l'article 11 de la loi n° 86-897 du 1<sup>er</sup> août 1986 portant réforme du régime juridique de la presse, l'entreprise éditrice d'une publication est regardée comme l'éditeur de cette publication ;

4° en matière de radio par voie hertzienne terrestre :

a) constitue un réseau tout service ou ensemble de services diffusant un même programme pour une proportion majoritaire du temps d'antenne de chaque service ;

b) constitue un réseau de diffusion à caractère national tout réseau qui dessert une zone dont la population recensée est supérieure à 30 millions d'habitants ;

5° tout service de télévision diffusé par voie hertzienne terrestre qui dessert une zone géographique dont la population recensée est supérieure à dix millions d'habitants est regardé comme un service à caractère national ;

6° tout service diffusé par voie hertzienne terrestre et diffusé simultanément et intégralement sur des fréquences affectées à la radio et à la télévision par satellite est regardé comme un seul service diffusé par voie hertzienne terrestre ;

6° *bis* tout service diffusé par voie hertzienne terrestre en mode numérique, autorisé après appel à candidatures et consistant pour l'outre-mer en la reprise intégrale d'un programme national autorisé sur le territoire métropolitain, édité par la même personne morale, est regardé comme un seul service diffusé par voie hertzienne terrestre ;

7° l'audience potentielle d'un service de communication audiovisuelle s'entend de la population recensée dans les communes ou parties de commune situées dans la zone de desserte de ce service.

## LE PLURALISME

### Article 41-1

Une même personne physique ou morale ne peut, sur le fondement d'autorisations relatives à l'usage de fréquences dont elle est titulaire pour la diffusion d'un ou de plusieurs services de radio par voie hertzienne terrestre en mode analogique, ou par le moyen d'un programme qu'elle fournit à d'autres titulaires d'autorisation par voie hertzienne terrestre en mode analogique, disposer en droit ou en fait de plusieurs réseaux que dans la mesure où la somme des populations recensées dans les zones desservies par ces différents réseaux n'excède pas 150 millions d'habitants.

Nul ne peut être titulaire de deux autorisations relatives chacune à un service national de télévision diffusé par voie hertzienne terrestre.

Nul ne peut être simultanément titulaire d'une autorisation relative à un service national de télévision diffusé par voie hertzienne terrestre dont l'audience dépasse le seuil mentionné au I de l'article 39 et d'une autorisation relative à un service de même nature en mode analogique autre que national. Une même personne peut toutefois être simultanément titulaire d'une autorisation relative à un service national de télévision diffusé par voie hertzienne terrestre et de plusieurs autorisations relatives à des services de

même nature desservant chacun une zone géographique différente située dans un département d'outre-mer ou dans une collectivité d'outre-mer ou en Nouvelle-Calédonie.

Toutefois, une même personne peut être titulaire, directement ou indirectement, d'un nombre maximal de sept autorisations relatives chacune à un service ou programme national de télévision diffusé par voie hertzienne terrestre en mode numérique lorsque ces services ou programmes sont édités par des sociétés distinctes ou lorsqu'ils sont autorisés dans les conditions prévues au deuxième ou au dernier alinéa du III de l'article 30-1 .

Une personne ne peut être titulaire de plus de deux autorisations relatives chacune à un service de télévision diffusé exclusivement sur des fréquences affectées à la radio et à la télévision par satellite.

Une personne titulaire d'une ou de plusieurs autorisations relatives chacune à un service de télévision diffusé par voie hertzienne terrestre en mode analogique autre que national ne peut devenir titulaire d'une nouvelle autorisation relative à un service de même nature autre que national si cette autorisation devait avoir pour effet de porter à plus de douze millions d'habitants la population recensée des zones desservies par l'ensemble des services de même nature pour lesquels elle serait titulaire d'autorisations.

Une personne titulaire d'une ou de plusieurs autorisations relatives chacune à un service de télévision diffusé par voie hertzienne terrestre en mode numérique autre que national ne peut devenir titulaire d'une nouvelle autorisation relative à un service de même nature autre que national si cette autorisation devait avoir pour effet de porter à plus de douze millions d'habitants la population recensée des zones desservies par l'ensemble des services de même nature pour lesquels elle serait titulaire d'autorisations.

Une personne titulaire d'une autorisation pour l'exploitation d'un service de télévision par voie hertzienne terrestre en mode analogique dans une zone déterminée ne peut devenir titulaire d'une nouvelle autorisation relative à un service de même nature diffusé en tout ou partie dans la même zone en mode analogique.

Une personne titulaire d'une autorisation pour l'exploitation d'un service de télévision par voie hertzienne terrestre en mode numérique dans une zone déterminée ne peut devenir titulaire d'une nouvelle autorisation relative à un service de même nature diffusé en tout ou partie dans la même zone en mode numérique.

Nul ne peut être titulaire d'une ou plusieurs autorisations relatives chacune à un service de radio dont l'audience potentielle cumulée terrestre dépasse 20 % des audiences potentielles cumulées de l'ensemble des services de radio, publics ou autorisés, diffusés par voie hertzienne terrestre.

#### **Article 41-1**

Afin de prévenir les atteintes au pluralisme sur le plan national en mode analogique, aucune autorisation relative à un service de radio ou de télévision par voie hertzienne terrestre en mode analogique ne peut être délivrée à une personne qui se trouverait, de ce fait, dans plus de deux situations suivantes :

1° être titulaire d'une ou de plusieurs autorisations relatives à des services de télévision diffusés par voie hertzienne terrestre permettant la desserte de zones dont la population recensée atteint quatre millions d'habitants ;

2° être titulaire d'une ou de plusieurs autorisations relatives à des services de radio permettant la desserte de zones dont la population recensée atteint trente millions d'habitants ;

3° *abrogé par la loi n° 2004-669 du 9 juillet 2004*

4° éditer ou contrôler une ou plusieurs publications quotidiennes imprimées d'information politique et générale représentant plus de 20 % de la diffusion totale, sur le territoire national, des publications

quotidiennes imprimées de même nature, appréciée sur les douze derniers mois connus précédant la date à laquelle la demande d'autorisation a été présentée.

Toutefois, une autorisation peut être délivrée à une personne qui ne satisferait pas aux dispositions du présent article sous réserve qu'elle se mette en conformité avec ces dispositions dans un délai qui est fixé par le Conseil supérieur de l'audiovisuel et qui ne peut être supérieur à six mois.

#### **Article 41-2**

Afin de prévenir les atteintes au pluralisme sur le plan régional et local en mode analogique, aucune autorisation relative à un service, autre que national, de radio ou de télévision par voie hertzienne terrestre en mode analogique ne peut être délivrée pour une zone géographique déterminée à une personne qui se trouverait de ce fait dans plus de deux des situations suivantes :

1. être titulaire d'une ou de plusieurs autorisations relatives à des services de télévision, à caractère national ou non, diffusés par voie hertzienne terrestre dans la zone considérée ;
2. être titulaire d'une ou de plusieurs autorisations relatives à des services de radio, à caractère national ou non, dont l'audience potentielle cumulée, dans la zone considérée, dépasse 10 % des audiences potentielles cumulées, dans la même zone de l'ensemble des services, publics ou autorisés, de même nature ;
3. *abrogé par la loi n° 2004-669 du 9 juillet 2004 ;*
4. éditer ou contrôler une ou plusieurs publications quotidiennes imprimées, d'information politique et générale, à caractère national ou non, diffusés dans cette zone.

Toutefois, une autorisation peut être délivrée à une personne qui ne satisferait pas aux dispositions du présent article, sous réserve qu'elle se mette en conformité avec ces dispositions dans les conditions fixées au dernier alinéa de l'article 41-1 ci-dessus.

#### **Article 41-3**

Pour l'application des articles 39, 41, 41-1, 41-1-1, 41-2 et 41-2-1 :

*1° abrogé par la loi n° 2000-719 du 1<sup>er</sup> août 2000*

2° toute personne physique ou morale qui contrôle, au regard des critères figurant à l'article 355-1 de la loi n° 66-537 du 24 juillet 1966 précitée [*actuel article L.233-3 du code de commerce*], une société titulaire d'autorisation ou a placé celle-ci sous son autorité ou sa dépendance est regardée comme titulaire d'une autorisation ; est également regardée comme titulaire d'une autorisation toute personne qui exploite ou contrôle un service de radio par voie hertzienne terrestre ou un service de télévision diffusé exclusivement sur les fréquences affectées à la radio et à la télévision par satellite, à partir de l'étranger ou sur des fréquences affectées à des États étrangers, et normalement reçus, en langue française, sur le territoire français ;

3° toute personne physique ou morale qui contrôle, au sens de l'article 11 de la loi n° 86-897 du 1<sup>er</sup> août 1986 portant réforme du régime juridique de la presse, l'entreprise éditrice d'une publication est regardée comme l'éditeur de cette publication ;

4° en matière de radio par voie hertzienne terrestre :

- a) constitue un réseau tout service ou ensemble de services diffusant un même programme pour une proportion majoritaire du temps d'antenne de chaque service ;
- b) constitue un réseau de diffusion à caractère national tout réseau qui dessert une zone dont la population recensée est supérieure à 30 millions d'habitants ;

5° tout service de télévision diffusé par voie hertzienne terrestre qui dessert une zone géographique dont la population recensée est supérieure à dix millions d'habitants est regardé comme un service à caractère national ;

6° tout service diffusé par voie hertzienne terrestre et diffusé simultanément et intégralement sur des fréquences affectées à la radio et à la télévision par satellite est regardé comme un seul service diffusé par voie hertzienne terrestre ;

6° *bis* tout service diffusé par voie hertzienne terrestre en mode numérique, autorisé après appel à candidatures et consistant pour l'outre-mer en la reprise intégrale d'un programme national autorisé sur le territoire métropolitain, édité par la même personne morale, est regardé comme un seul service diffusé par voie hertzienne terrestre ;

7° l'audience potentielle d'un service de communication audiovisuelle s'entend de la population recensée dans les communes ou parties de commune situées dans la zone de desserte de ce service.

#### **Article 41-4**

Lorsque le Conseil de la Concurrence est saisi, en application de l'article L.430-5 du code de commerce, de concentrations ou de projets de concentration concernant, directement ou non, un éditeur ou un distributeur de services de radio et de télévision, il recueille l'avis du Conseil supérieur de l'audiovisuel. Le Conseil de la concurrence communique, à cet effet, au Conseil supérieur de l'audiovisuel toute saisine relative à de telles opérations. Le Conseil supérieur de l'audiovisuel transmet ses observations au Conseil de la concurrence dans le délai d'un mois suivant la réception de cette communication .

Le Conseil de la concurrence recueille également l'avis du Conseil supérieur de l'audiovisuel sur les pratiques anticoncurrentielles dont il est saisi dans les secteurs de la radio et de la télévision. Il lui communique, à cet effet, toute saisine sur de telles affaires. Le Conseil supérieur de l'audiovisuel lui transmet ses observations dans le délai d'un mois suivant la réception de cette communication.

Le Conseil supérieur de l'audiovisuel saisit le Conseil de la concurrence des pratiques anticoncurrentielles dont il a connaissance dans les secteurs de la radio et de la télévision. Cette saisine peut être assortie d'une demande de mesures conservatoires dans les conditions prévues à l'article L. 464-1 du code de commerce.



## **Code général des collectivités territoriales**

**modifié par la loi n° 2004-575 du 21 juin 2004  
pour la confiance dans l'économie numérique**

*(JO du 22 juin 2004)*

**et**

**par la loi n° 2004-669 du 9 juillet 2004 relative aux communications  
électroniques et aux services de communication audiovisuelle**

*(JO du 10 juillet 2004)*

### **PREMIÈRE PARTIE DISPOSITIONS GÉNÉRALES**

#### **LIVRE IV SERVICES PUBLICS LOCAUX TITRE II**

#### **DISPOSITIONS PROPRES À CERTAINS SERVICES PUBLICS LOCAUX**

### **Chapitre 6 Communication audiovisuelle**

#### **Article L.1426-1**

**créé par la loi n° 2004-669 du 9 juillet 2004 (Jo du 10.07.2004)**

Les collectivités territoriales ou leurs groupements peuvent, dans les conditions prévues par la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication, éditer un service de télévision destiné aux informations sur la vie locale et diffusé par voie hertzienne terrestre ou par un réseau n'utilisant pas des fréquences assignées par le Conseil supérieur de l'audiovisuel.

La collectivité territoriale ou le groupement conclut avec la personne morale à laquelle est confié le service un contrat d'objectifs et de moyens définissant des missions de service public et leurs conditions de mise en œuvre, pour une durée comprise entre trois et cinq ans. Ce contrat est annexé à la convention conclue avec le Conseil supérieur de l'audiovisuel.

**Télévisions locales hertziennes**

**Modèle de décision d'appel pour les télévisions locales  
en mode numérique**

**Décision n° XXXX du XXXXX relative à un appel  
aux candidatures pour l'édition de services privés de télévision à vocation locale  
diffusés en clair par voie numérique hertzienne sur la zone de xxxxx**

**NOR :**

Le Conseil supérieur de l'audiovisuel,

Vu la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication, notamment ses articles 30-1 et 31 ;

Vu les résultats de la consultation publique lancée par le Conseil supérieur de l'audiovisuel le 24 juillet 2007 ;

Après en avoir délibéré,

**Décide :**

**Art. 1<sup>er</sup> - :** Il est procédé à un appel à candidatures en vue de l'usage d'une ressource radioélectrique pour des services de télévision à vocation locale, à temps complet ou partagé, destinés à être diffusés en clair par voie hertzienne terrestre en mode numérique. La zone géographique déterminée pour l'usage de la ressource radioélectrique faisant l'objet de l'appel aux candidatures est la zone de XXXXXX , telle que déterminée sur la carte figurant à l'annexe I.

## **Chapitre I**

### **Objet de l'appel aux candidatures**

#### **I.1 La ressource disponible**

L'annexe I de la présente décision mentionne la fréquence disponible qui appartient au réseau numérique R1. Elle précise les conditions techniques d'utilisation de cette fréquence.

Le site de diffusion pourra être complété par d'autres sites fonctionnant en mode isofréquence, dans le cadre de l'extension de la couverture de la télévision numérique terrestre. Les contraintes du fonctionnement en mode isofréquence imposent au service autorisé la diffusion sur ces sites en respectant le calendrier de mise en service fixé par le Conseil supérieur de l'audiovisuel.

#### **I.2 Les catégories de services**

Le présent appel s'adresse aux seuls services de télévision, en clair, à vocation locale.

##### Définition d'un service de télévision :

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

Un service de télévision peut, en application des dispositions de l'article 30-1 de la loi du 30 septembre 1986, être accompagné de données associées destinées à enrichir et à compléter le programme de télévision.

##### Définition d'un service de télévision à vocation locale :

Selon l'article 30-1 de la loi du 30 septembre 1986 relatif aux appels à candidatures en numérique, est un service à vocation locale tout service dont la zone géographique équivaut à une partie du territoire métropolitain.

##### Personnes morales susceptibles d'être candidates :

Peuvent répondre à cet appel aux candidatures, conformément à l'article 30-1 de la loi du 30 septembre 1986 :

- les sociétés commerciales, y compris les sociétés d'économie mixte locale,
- les sociétés coopératives d'intérêt collectif,
- les établissements publics de coopération culturelle,
- les associations déclarées selon la loi du 1<sup>er</sup> juillet 1901 relative au contrat d'association,
- les associations à but non lucratif régies par la loi locale dans les départements du Bas-Rhin, du Haut-Rhin et de la Moselle.

### Caractéristiques de la programmation :

Le canal peut être utilisé pour la diffusion d'un seul service de télévision (temps complet) ou pour la diffusion de plusieurs services de télévision ayant chacun une autorisation distincte (temps partagé).

Les services de télévision sont destinés à être diffusés en clair.

**L'éditeur consacre au minimum 50 % du volume total hebdomadaire du temps d'antenne, dont 20 % en première diffusion, à des émissions dont le sujet est ancré dans la réalité sociale, économique et culturelle de la zone sur laquelle l'appel est lancé.**

**La convention peut fixer une montée en charge du volume de première diffusion de ces émissions. Lors de la première année de diffusion du service, ce volume ne peut être inférieur à la moitié du pourcentage fixé à l'alinéa précédent pour la programmation en première diffusion.**

### Mode de financement :

Le financement des services peut être assuré par des recettes publicitaires, des recettes issues du parrainage et du téléachat (décret n° 92-280 du 27 mars 1992 modifié) et des aides publiques dans le respect des règles communautaires applicables<sup>1</sup>.

### **I.3 Dispositif « anti-concentration »**

L'éditeur doit respecter les règles relatives à la nationalité et à la concentration des médias telles qu'elles sont fixées aux articles 40, 41, 41-1-1 et 41-2-1 de la loi du 30 septembre 1986.

---

<sup>1</sup> Le candidat devra s'assurer que ces aides sont conformes au droit communautaire relatif aux aides d'État (cf. circulaire du Premier ministre du 26 janvier 2006 relative à l'application au plan local des règles communautaires de concurrence relatives aux aides publiques aux entreprises - JO du 31 janvier 2006). L'éditeur transmet au Conseil, le cas échéant, les documents qui attestent de cette conformité.

## **Chapitre II**

### **Modalités générales de la procédure d'autorisation**

#### **II.1 Dossiers de candidature**

##### II.1.1 Dépôt

Les dossiers de candidature doivent être remis, en six exemplaires dont un sous forme informatique (cédérom), au Conseil supérieur de l'audiovisuel, Tour Mirabeau, 39-43 quai André-Citroën, 75739 Paris cedex 15, avant le XXXXXXXXX , à peine d'irrecevabilité. Les dossiers peuvent être également adressés au Conseil par voie postale au plus tard le XXXXXXXXX le cachet de la poste faisant foi, sous pli recommandé avec accusé de réception. Les dossiers doivent être rédigés en langue française.

##### II.1.2 Désistement de candidature

Après le dépôt de leur dossier, les candidats qui veulent retirer leur candidature doivent en avvertir le Conseil sans délai par courrier recommandé avec accusé de réception. Leur candidature est alors immédiatement écartée.

Si le désistement est effectué après la délivrance des autorisations, la ressource prévue pour le service qui fait l'objet du désistement ne peut être attribuée qu'après un nouvel appel aux candidatures.

##### II.1.3 Contenu du dossier de candidature

Le modèle de dossier de candidature est fourni en annexe.

Après la date limite de dépôt des dossiers, toute modification apportée à une candidature, qui serait considérée comme substantielle par le Conseil, aurait pour conséquence que la candidature serait regardée comme nouvelle et, dès lors, rejetée comme irrecevable.

#### **II.2 Liste des candidats**

Le Conseil établit la liste des candidats recevables sur le respect de critères de recevabilité.

Sont recevables les candidats qui respectent impérativement la totalité des conditions suivantes :

1. dépôt des dossiers dans les délais et conditions fixés au II.1.1 ;
2. présence, à la date du dépôt, des éléments suivants du dossier de candidature :
  - 2.1. objet et caractéristiques générales du service,
  - 2.2. prévisions de dépenses et de recettes, origine et montant des financements prévus,
  - 2.3. pour une société : composition du capital social de la société candidate et, le cas échéant, de la société qui la contrôle,
  - 2.4. pour une association : liste des dirigeants ;

3. projet correspondant à l'objet de l'appel et, en particulier, satisfaisant aux critères de la diffusion de programmation locale définis au I.2 ;
4. existence effective de la personne morale candidate à la date limite de dépôt des candidatures :
  - **pour une association**, copie du récépissé de déclaration et de la publication ou de la demande de publication au « Journal officiel », statuts datés et signés ;
  - **pour une société immatriculée au registre du commerce et des sociétés (RCS)**, extrait K bis, statuts datés et signés ;
  - **pour une société non encore immatriculée au RCS**, attestation bancaire d'un compte bloqué, statuts datés et signés. La société doit être effectivement créée avant la délivrance de l'autorisation.

### **II.3 Audition publique**

Le Conseil entend en audition publique les candidats figurant sur la liste des candidatures recevables.

### **II.4 Présélection**

À l'issue de l'instruction des dossiers de candidature figurant sur la liste des candidatures recevables, le Conseil procède, à titre de mesure préparatoire, à une présélection des candidats.

La liste des candidats présélectionnés est publiée sur le site internet du Conseil ([www.csa.fr](http://www.csa.fr)) et est notifiée aux candidats présélectionnés.

### **II.5 Élaboration de la convention**

Le Conseil élabore avec les candidats présélectionnés la convention prévue à l'article 28 de la loi du 30 septembre 1986.

### **II.6 Autorisations ou rejets des candidatures**

Après la conclusion des conventions, le Conseil délivre les autorisations d'usage. Les décisions d'autorisations sont publiées au *Journal officiel* de la République française avec les obligations dont elles sont assorties.

Ces autorisations sont d'une durée maximale de dix ans. Elles peuvent être reconduites hors appel aux candidatures, une seule fois, pour une période maximale de cinq ans.

Les refus sont motivés et notifiés.

## II.7 Critères de sélection

Le Conseil délivre les autorisations d'usage de la ressource radioélectrique notamment par un examen comparé des dossiers de candidature. La précision des informations fournies par les candidats constitue un élément de nature à éclairer le Conseil dans l'instruction des dossiers.

Les critères pris en considération par le Conseil pour l'attribution des autorisations prévues sont définis notamment à l'article 30-1 de la loi du 30 septembre 1986.

Ainsi, le Conseil accorde les autorisations en appréciant l'intérêt de chaque projet pour le public, au regard des impératifs prioritaires que sont la sauvegarde du pluralisme des courants d'expression socioculturels, la diversification des opérateurs, et la nécessité d'éviter les abus de position dominante ainsi que les pratiques entravant le libre exercice de la concurrence.

Il tient compte :

- le cas échéant, des engagements des candidats en matière de production et de diffusion d'œuvres audiovisuelles et cinématographiques européennes et d'expression originale française,
- de la cohérence des propositions formulées par les candidats en matière de regroupement technique et commercial avec d'autres services et en matière de choix des distributeurs de service,
- de la nécessité d'offrir des services répondant aux attentes d'un large public.

Il tient compte également :

- 1° de l'expérience acquise par le candidat dans les activités de communication ;
- 2° du financement et des perspectives d'exploitation du service, notamment en fonction des possibilités de partage des ressources publicitaires entre les entreprises de presse écrite et les services de communication audiovisuelle ;
- 3° des participations directes ou indirectes, détenues par le candidat dans le capital d'une ou plusieurs régies publicitaires ou dans le capital d'une ou plusieurs entreprises éditrices de publications de presse ;
- 4° pour les services dont les programmes comportent des émissions d'information politique et générale, des dispositions envisagées en vue de garantir le caractère pluraliste de l'expression des courants de pensée et d'opinion, l'honnêteté de l'information et son indépendance à l'égard des intérêts économiques des actionnaires, en particulier lorsque ceux-ci sont titulaires de marchés publics ou de délégations de service public ;
- 5° de la contribution à la production de programmes réalisés localement.

Le Conseil veille à favoriser la reprise des services locaux conventionnés sur le fondement de l'article 33-1 de la loi du 30 septembre 1986.

Conformément à l'article 30-1 de la loi du 30 septembre 1986, le Conseil favorise les services contribuant à renforcer la diversité des opérateurs ainsi que le pluralisme de l'information, tous médias confondus, dans la mesure de la viabilité économique et financière de ces services, notamment au regard de la ressource publicitaire.

## **II.8 Étapes ultérieures à la délivrance des autorisations**

### **II.8.1 Opérateur de multiplex**

Conformément aux dispositions de l'article 30-2 de la loi du 30 septembre 1986, l'autorisation de l'opérateur de multiplex n'est pas remise en cause par l'octroi du droit d'usage de la ressource radioélectrique aux éditeurs retenus dans le cadre du présent appel.

### **II.8.2 Début des émissions**

Les éditeurs de services titulaires d'une autorisation sont tenus d'assurer le début effectif des émissions à la date et dans les conditions fixées par leur autorisation. Faute de la réalisation de cette condition, le Conseil peut constater la caducité de l'autorisation.

### **II.8.3 Réaménagements**

L'éditeur contribue aux coûts de réaménagement des fréquences analogiques dans les conditions et selon les modalités de répartition fixées par le décret n° 2003-620 du 4 juillet 2003 pris pour l'application de l'article 30-1 de la loi du 30 septembre 1986 et relatif à la répartition et au préfinancement du coût des réaménagements des fréquences.

**Art. 2 - :** La présente décision sera publiée au *Journal officiel* de la République française.



**Annexe I**  
**Caractéristiques techniques de diffusion**  
**(Réseau R1)**

| <b>Principale ville desservie</b> | <b>Site</b> | <b>Altitude maximale de l'antenne (m)</b> | <b>P.A.R. maximale</b> | <b>Canal/polarisation</b> |
|-----------------------------------|-------------|---|------------------------|---------------------------|
|                                   |             |   |                        |                           |

(1) P.A.R. de 560 W dans le secteur compris entre les directions d'azimut 285° et 75°.

Le CSA pourra ultérieurement, si le développement des réseaux de télévision l'exige, substituer au canal indiqué un autre canal permettant une réception de qualité équivalente.

Codage

Les signaux diffusés devront être conformes aux dispositions de l'arrêté du 24 décembre 2001 modifié relatif à la télévision numérique hertzienne terrestre fixant les caractéristiques des signaux émis. Ils devront en particulier être conformes à la norme DVB-T, avec codage MPEG-2. Les signaux diffusés devront en outre respecter les préconisations du document spécifiant le profil de signalisation pour la mise en oeuvre de la télévision numérique de terre, publié par le Conseil supérieur de l'audiovisuel sur son site internet.

La carte visée à l'article 1 de la présente décision est consultable au Conseil supérieur de l'audiovisuel, 39 - 43, quai André Citroën, 75739 PARIS Cedex 15, ou sur le site internet [www.csa.fr](http://www.csa.fr).

## MODÈLE DE DOSSIER DE CANDIDATURE

### Descriptif général du projet

**Présentation des principales caractéristiques du projet. Le candidat précise, en particulier, si l'exploitation est prévue à temps complet ou non**  
(cf. point I.2 « caractéristiques de la programmation » du texte d'appel)

### Personne morale candidate

#### 1. Sociétés

##### 1.1 Société candidate<sup>1</sup> :

Les pièces suivantes sont communiquées par le candidat :

- pour une société immatriculée au RCS : extrait K bis de moins de trois mois, ou l'équivalent dans le cas d'une société non établie en France ;
- pour une société non encore immatriculée au RCS : attestation bancaire de l'existence d'un compte bloqué.

Doivent également être fournis :

- les statuts datés et signés ;
- la liste des dirigeants ;
- la répartition du capital et son évolution éventuellement envisagée. Le candidat présente un organigramme en cascade des sociétés ayant des participations dans la société candidate et faisant apparaître les pourcentages de détention et les pourcentages des droits de vote dans le capital de la société candidate ;
- les lettres d'engagements de tous les actionnaires indiquant le niveau de leur participation dans la société ;
- la répartition des actions et des droits de vote qui leur seront attachés ;
- **le pacte d'actionnaires s'il existe, ou une déclaration sur l'honneur de l'absence d'un tel pacte.** Cette déclaration doit être signée par chacun des actionnaires détenant une part égale ou supérieure à 10 % du capital ou des droits de vote aux assemblées générales de la société candidate ;
- l'extrait du bulletin n° 3 du casier judiciaire du directeur de la publication du service, au sens de l'article 93-2 de la loi n° 82-652 du 29 juillet 1982.

Et, pour les sociétés existantes :

- la composition des organes de direction et d'administration ;
- les rapports annuels, bilans et comptes de résultat pour les trois derniers exercices ;
- la description des activités, des participations et des projets de développement dans la communication, notamment dans les secteurs de l'audiovisuel, de la presse, du cinéma, de la publicité et de l'internet.

---

<sup>1</sup> Les informations demandées à la société candidate devront être également fournies par la personne, la société ou le groupe qui la contrôlerait au sens de l'article 41-3 (2°) de la loi du 30 septembre 1986.

Actionnaires ou associés qui, sans contrôler la société candidate, détiennent directement une part égale ou supérieure à 10 % du capital ou des droits de vote aux assemblées générales de cette dernière :

Pour les personnes physiques :

- identité précise des personnes, description de leurs activités dans le secteur de la communication et des intérêts qu'elles y détiennent.
- Pour les personnes morales :
  - composition du capital, notamment sous la forme d'un organigramme en cascade des sociétés ayant des participations dans la société candidate et faisant apparaître les pourcentages de détention et les pourcentages des droits de vote dans le capital de la société candidate ;
  - composition des organes de direction et d'administration ;
  - rapports annuels, bilans et comptes de résultat pour les trois derniers exercices ;
  - description des activités et des participations dans la communication, notamment dans les secteurs de l'audiovisuel, de la presse, du cinéma, de la publicité et de l'internet.

## **2. Associations**

Les pièces suivantes doivent être fournies :

- copie du récépissé de déclaration à la préfecture ou de la publication au *Journal officiel* de la République française ;
- statuts à jour, datés et signés ;
- liste des dirigeants, description de leurs activités dans le secteur de la communication et des intérêts qu'ils y détiennent ;
- extrait du bulletin n° 3 du casier judiciaire du directeur de la publication du service, au sens de l'article 93-2 de la loi n° 82-652 du 29 juillet 1982 ;
- procès-verbaux des assemblées générales des trois dernières années ;
- rapports annuels, bilans et comptes de résultat des trois derniers exercices ;
- description des activités, des participations et des projets de développement de l'association dans la communication, notamment dans les secteurs de l'audiovisuel, de la presse, du cinéma, de la publicité et de l'internet.

## **3. Dispositif relatif à la concentration des médias**

Il est rappelé que les contraintes résultant du dispositif anti-concentration s'appliquent aux personnes morales titulaires d'autorisations et aux personnes qui contrôlent des sociétés titulaires d'autorisations (2° de l'article 41-3 de la loi du 30 septembre 1986).

### **3.1 Société candidate**

La société candidate et, le cas échéant, les actionnaires qui la contrôlent, doivent justifier qu'ils ne se trouveront pas, en cas d'autorisation, dans les situations interdites par les articles 40, 41, 41-1-1 et 41-2-1 de la loi du 30 septembre 1986 en détaillant leur situation par rapport à chacun des critères fixés par la loi. À défaut, ils doivent indiquer les actions qu'ils envisagent pour y remédier. Les solutions ne devront pas avoir pour effet de substituer une nouvelle candidature à celle qui avait été initialement présentée.

### 3.2 Association candidate

L'association candidate doit justifier qu'elle ne se trouvera pas, en cas d'autorisation, dans les situations interdites par les articles 41, 41-1-1 et 41-2-1 de la loi du 30 septembre 1986 en détaillant sa situation par rapport à chacun des critères fixés par la loi. À défaut, elle doit indiquer les actions qu'elle envisage pour y remédier. Les solutions ne devront pas avoir pour effet de substituer une nouvelle candidature à celle qui avait été initialement présentée.

### 3.3 Description du service

Le candidat décrit son service en tenant compte des obligations prévues notamment au décret n° 2001-1333 du 28 décembre 2001 relatif à la diffusion des services autres que radiophoniques en hertzien terrestre numérique. Il prend également en considération les éléments constitutifs d'une convention tels qu'ils sont énumérés à l'article 28 de la loi précitée. Il s'attache, tout particulièrement, à montrer dans quelle mesure les caractéristiques de son projet répondent aux critères de sélection qui sont explicités au II.7. du présent texte d'appel.

## 1. CARACTÉRISTIQUES GÉNÉRALES DU PROJET

Le candidat doit fournir impérativement une grille hebdomadaire de programmes détaillant la nature, le genre, les horaires et la durée de diffusion et de rediffusion des émissions. Un descriptif des principales émissions envisagées est également versé au dossier de candidature.

**Le candidat remplit ensuite les tableaux suivants relatifs aux caractéristiques générales de la programmation.**

### 1.1. Présentation générale du service :

a) Nouveau service :  Oui  Non

Si non :

- date de lancement du service :
- mode de diffusion :
- voie hertzienne terrestre :
- autres réseaux de communications électroniques :

b) Genre (généraliste, thématique...) :

c) Public visé : cible par sexe/âge :

### 1.2. Nature du service

a) Précisez si la candidature est déposée pour un temps complet ou un temps partagé (cf. point I.2 « caractéristiques de la programmation » du texte d'appel) :

Temps partagé :

Temps complet :

**NB :** Si le candidat souhaite présenter à la fois une candidature pour du temps complet et pour du temps partagé, il devra remplir deux dossiers de candidatures.

- Horaires de diffusion du service :
- Volume hebdomadaire global de diffusion :
- Si temps partagé, préciser éventuellement avec quel(s) candidat(s) ou quel(s) service(s) existant(s):

b) Présence de décrochages locaux et modalités:

Oui

Non

Si oui, précisez les modalités

### 1.3. Caractéristiques générales de la programmation

#### Programmation locale

L'éditeur doit consacrer au minimum 50 % du volume total hebdomadaire du temps d'antenne, dont 20 % est en première diffusion, à des émissions dont le sujet est ancré dans la réalité sociale, économique et culturelle de la zone sur laquelle l'appel est lancé (cf. point 1.2 « caractéristiques de la programmation » du texte d'appel).

- a) Volume hebdomadaire global de diffusion de la programmation locale :
- b) Volume hebdomadaire des émissions locales en première diffusion dans le volume global de diffusion de la programmation locale :
- c) Horaires de diffusion/emplacement dans la grille de programmes des émissions locales (dont celles en première diffusion) :
- d) Montée en charge :

**La convention peut fixer une montée en charge du volume de première diffusion des émissions locales.**

**Lors de la première année de diffusion du service, ce volume ne saurait être inférieur à la moitié du pourcentage de 20 % fixé dans le cadre de l'appel pour la diffusion d'émissions locales de première diffusion (cf. supra).**

**Souhaitez-vous disposer de cette montée en charge ?**

Oui  Non

Si oui, veuillez remplir le tableau suivant :

| <b>Diffusion d'émissions locale en première diffusion</b>              | 1 <sup>ère</sup> année | 2 <sup>ème</sup> année | Années ultérieures |
|--|------------------------|------------------------|--------------------|
| Volume   |                        |                        |                    |
| % par rapport au volume hebdomadaire global de la programmation locale |                        |                        |                    |

## Autres programmes (hors programmation locale)

- a) Horaires de diffusion / emplacement dans la grille des programmes :  
 b) Volume horaire hebdomadaire :  
 c) Volume, genre et nationalité des programmes inédits (tout programme : œuvre et non œuvre) :

## Répartition des programmes par genres

|  | Pourcentage par rapport au volume hebdomadaire global de diffusion |   |       |
|--|--|---|-------|
|  | Programmation locale   | Autres programmes (hors programmation locale) | Total |
| Information<br>- Journaux télévisés et flashes<br>- Magazines    |  |   |       |
| Documentaires  |  |   |       |
| Fiction télévisuelle   |  |   |       |
| Émissions pour la jeunesse                                       |  |   |       |
| Divertissement :   |  |   |       |
| Sport :<br>- magazines<br>- retransmission d'événements sportifs |  |   |       |
| Cinéma :   |  |   |       |
| Autres émissions :<br>- publicité<br>- téléachat                 |  |   |       |
|  |  |   |       |
| Autres éléments (interactivité, bandes-annonces, présentation)   |  |   |       |
| <b>Total</b>   |  |   | 100%  |

## Autres données relatives au programme

- a) Langue du service et sous-titrage :  
 b) Programmes diffusés en version originale sous-titrée :  
 c) Part de programmation accessible aux personnes sourdes et malentendantes ainsi que, éventuellement, aux personnes mal voyantes :  
 d) Représentation à l'antenne des minorités visibles :

## 1.4. L'information

### 1.4.1. Journaux télévisés et flashes d'information locale

- a) Présence de journaux d'information :
  - **Volume quotidien :**
  - Nombre d'éditions :
  
- b) Présence de flashes d'information :
  - **Volume quotidien :**
  - Nombre d'éditions :

### 1.4.2. Journaux télévisés et flashes d'information générale

- a) Présence de journaux d'information :
  - **Volume quotidien :**
  - Nombre d'éditions :
  
- b) Présence de flashes d'information :
  - **Volume quotidien :**
  - Nombre d'éditions :

### 1.4.3. Moyens de production

- **Existence d'une rédaction interne à la société :**
- Recours à une agence associée :
- **Externalisation :**
- **Association, le cas échéant, avec un titre de presse :**
- Nombre de journalistes professionnels :
- Indiquer si différence de moyens entre l'information locale/nationale

### 1.4.4. Dispositions garantissant le pluralisme et -pour une société- l'indépendance de l'information vis-à-vis des actionnaires

- a) Existence d'une charte d'indépendance :
- b) Autres dispositions :

### 1.4.5. Éthique de l'antenne

- a) Existence d'une charte d'éthique :  
(Définition des principes directeurs de l'antenne)
- b) Mise en place d'un comité d'éthique :
- c) Relations avec les téléspectateurs :
- d) Présence d'un médiateur :



### 1.5. Publicité, parrainage, téléachat

a) Quantité de publicité

- Durée quotidienne moyenne de publicité prévue :

• Publicité locale :  Oui  Non

**Si oui, pourcentage du volume de publicité locale envisagé :**

- Engagement éventuel d'autolimitation :

b) Émissions de téléachat :  Oui  Non

**Si oui :**

- horaires et fréquences de diffusion :
- société extérieure :

**c) Recours au parrainage :**

### 1.6. Protection du jeune public

- Mise en place d'un comité de visionnage :

### 1.7. Collaboration envisagée avec des collectivités territoriales

Oui  Non

Si oui :

- précisez la nature de cette collaboration ;
- le cas échéant, copie du contrat ou du projet de contrat d'objectifs et de moyens visé à l'article L1426-1 du code général des collectivités territoriales.

## 2. INFORMATIONS RELATIVES AUX OBLIGATIONS DE DIFFUSION ET DE PRODUCTION D'ŒUVRES CINÉMATOGRAPHIQUES ET AUDIOVISUELLES

Le candidat précise les engagements en matière de production et de diffusion d'œuvres audiovisuelles et cinématographiques à partir des obligations fixées par le décret n° 2001-1333 du 28 décembre 2001 relatif à la diffusion des services autres que radiophoniques en hertzien terrestre numérique.

### 2.1. Œuvres cinématographiques

#### 2.1.1. Diffusion

Pour rappel, l'article 7-I du décret n° 90-66 du 17 janvier 1990 modifié prévoit que les éditeurs de services diffusant des œuvres cinématographiques réservent, dans le nombre total annuel de diffusions et de rediffusions d'œuvres cinématographiques, au moins 60 % à la diffusion d'œuvres européennes et 40 % à la diffusion d'œuvres d'expression originale française.

Ces proportions doivent également être respectées aux heures de grande écoute, qui sont les heures comprises entre 20 h 30 et 22 h 30.

#### 2.1.2. Production

Il est précisé, à l'article 3 du décret n° 2001-1333 du 28 décembre 2001 relatif aux services diffusés par voie hertzienne numérique, que les obligations relatives à la contribution des diffuseurs au développement de la production d'œuvres cinématographiques ne sont pas applicables à ceux qui diffusent chaque année un nombre de films de longue durée "inférieur à 52, sans que le nombre annuel total de diffusions et de rediffusions de toute nature de ces œuvres excède 104".

**Question n° 1 : Quel nombre de titres et de diffusions et rediffusions d'œuvres cinématographiques avez-vous prévu de programmer annuellement ?**

|   |  |
|---|--|
| Nombre de titres prévus par an                      |  |
| Nombre de diffusions et rediffusions prévues par an |  |

**Si vous êtes un service assujéti à cette obligation** : l'article 4 du décret n° 2001-1333 précité, qui détermine la contribution des éditeurs de services à la production cinématographique, prévoit que les proportions de 3,2 % (œuvres européennes) et de 2,5 % (œuvres EOF) du chiffre d'affaires net de l'exercice précédent<sup>1</sup> puissent être atteintes de manière progressive chaque année sur une période de sept ans. Les conventions fixeront cette montée en charge.

<sup>1</sup> L'article 2 du décret n° 2001-1333 précité prévoit que, ne sont pas pris en compte dans le chiffre d'affaires net de l'exercice précédent :

- la TVA
- les frais de régie publicitaire dûment justifiés
- la taxe prévue aux articles 302 bis KB et 302 bis KC du code général des impôts (taxe COSIP)

Question n° 2 : *Souhaitez-vous disposer de cette montée en charge ?*

Oui  Non

*Si oui, veuillez remplir le tableau suivant :*

|  | 1 <sup>ère</sup> année | 2 <sup>ème</sup> année | 3 <sup>ème</sup> année | 4 <sup>ème</sup> année | 5 <sup>ème</sup> année | 6 <sup>ème</sup> année | 7 <sup>ème</sup> année | 8 <sup>ème</sup> année |
|--|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|
| <b>Œuvres européennes</b><br><i>en % du CA (année n-1)</i> |                        |                        |                        |                        |                        |                        |                        | 3,2%                   |
| <b>Œuvres EOF</b><br><i>en % du CA (année n-1)</i>         |                        |                        |                        |                        |                        |                        |                        | 2,5%                   |

## 2.2. Œuvres audiovisuelles

Les questions suivantes ne concernent que les services qui diffusent des œuvres audiovisuelles au sens de l'article 4 du décret n° 90-66 du 17 janvier 1990 : « Constituent des œuvres audiovisuelles les émissions ne relevant pas d'un des genres suivants : œuvres cinématographiques de longue durée, journaux et émissions d'information, variétés, jeux, émissions autres que de fictions majoritairement réalisées en plateau, retransmissions sportives, messages publicitaires, télé-achat, autopromotion, services de télétexte. »

Question n° 3 : *envisagez-vous de diffuser des œuvres audiovisuelles ?*

Oui  Non

Si non, fin du questionnaire.

Si oui, répondez aux questions suivantes :

### 2.2.1. Diffusion

L'article 13-I du décret n° 90-66 du 17 janvier 1990 précité prévoit que les éditeurs de services réservent, dans le total du temps annuellement consacré à la diffusion d'œuvres audiovisuelles, au moins 60 % à la diffusion d'œuvres européennes et 40 % à la diffusion d'œuvres d'expression originale française.

Cependant, l'article 15 du décret n° 2001-1333 du 28 décembre 2001 offre la possibilité d'atteindre en **deux ans** ces quotas de diffusion, sans que la part des œuvres européennes puisse être inférieure au seuil de 50 % fixé par la directive Télévision sans frontières. Cette montée en charge négociée avec le CSA sera inscrite dans la convention du service.

Question n° 4 : *Souhaitez-vous disposer de cette montée en charge ?*

Oui  Non

- 
- la part consacrée à la programmation d'émissions sur une zone géographique dont la population recensée est inférieure à 10 millions d'habitants.

**Si oui, pouvez-vous indiquer dans le tableau ci-dessous la montée en charge que vous souhaiteriez négocier avec le CSA ?**

|                                     | N | N+1 | N+2         |
|-------------------------------------|---|-----|-------------|
| <b>Œuvres européennes (50% min)</b> |   |     | <b>60 %</b> |
| <b>Œuvres EOF</b>                   |   |     | <b>40 %</b> |

Par ailleurs, les proportions mentionnées ci-dessus doivent être respectées sur l'ensemble de la programmation mais également aux heures de grande écoute, fixées de 18 heures à 23 heures et de 14 heures à 23 heures le mercredi (article 14 du décret n° 90-66 modifié). Toutefois, ce même article offre la possibilité de négocier avec le CSA des heures de grande écoute spécifiques qui tiennent compte de la nature de la programmation de chaque service et qui seront inscrites dans sa convention.

**Question n° 5 : souhaitez-vous bénéficier d'heures de grande écoute spécifiques ?**

Oui  Non

**Si oui, veuillez indiquer lesquelles :**

---



---



---



---

### 2.2.2. Production

**Les questions suivantes ne concernent que les services qui diffusent au moins 20 % d'œuvres audiovisuelles dans leur volume horaire total annuel de diffusion.**

|                                  | TOTAL     |                          |
|----------------------------------|-----------|--------------------------|
|                                  | En heures | En % de la programmation |
| Volume annuel d'œuvres diffusées |           |                          |

**Si le volume d'œuvres audiovisuelles représente moins de 20 % de votre temps de diffusion, fin du questionnaire.**

**S'il représente plus de 20 %, répondez aux questions suivantes :**

## 1. Fixation du régime de l'obligation globale annuelle

Les quotas de production englobent diverses dépenses contribuant à la production audiovisuelle. Peuvent être valorisés dans cette obligation

(article 10 du décret n° 2001-1333 du 28 décembre 2001) :

- Les préachats de droit (droits de diffusion acquis avant la fin du tournage)
- Les parts de coproduction (signées avant la fin du tournage)
- Les achats de droit
- Les commandes d'écriture

### Services qui consacrent plus de la moitié de leur temps de diffusion à des vidéomusiques :

Les services qui consacrent plus de la moitié de leur temps annuel de diffusion à des vidéomusiques, bénéficient d'un taux minoré d'obligations de production (article 9 du décret n° 2001-1333). Au lieu de l'obligation de consacrer 16 % minimum du chiffre d'affaires de l'exercice précédent<sup>1</sup> aux œuvres **EOF**, l'obligation atteint **8 %** minimum.

**Question n°6 : les vidéomusiques représentent-elles plus de 50 % du total de votre programmation annuelle?**

Oui  Non

### Autres services dont le C.A annuel net, tous supports confondus, est inférieur à 150 M€ :

Il vous est possible de choisir l'un des 2 régimes décrits ci-dessous :

#### **a) Régime de base**

- L'article 9 du décret n° 2001-1333 fait obligation aux éditeurs dont le C.A est inférieur à 150 M€ de consacrer au minimum **16 %** de leur chiffre d'affaires de l'année précédente<sup>2</sup> à des œuvres audiovisuelles **EOF** (et/ou européennes. Cf. infra).

---

<sup>1</sup> L'article 2 du décret n° 2001-1333 précité prévoit que, ne sont pas pris en compte dans le chiffre d'affaires net de l'exercice précédent :

- la TVA
- les frais de régie publicitaire dûment justifiés
- la taxe prévue aux articles 302 bis KB et 302 bis KC du code général des impôts (taxe COSIP)
- **la part consacrée à la programmation d'émissions sur une zone géographique dont la population recensée est inférieure à 10 millions d'habitants.**

<sup>2</sup> L'article 2 du décret n° 2001-1333 précité prévoit que, ne sont pas pris en compte dans le chiffre d'affaires net de l'exercice précédent :

- la TVA
- les frais de régie publicitaire dûment justifiés
- la taxe prévue aux articles 302 bis KB et 302 bis KC du code général des impôts (taxe COSIP)
- **la part consacrée à la programmation d'émissions sur une zone géographique dont la population recensée est inférieure à 10 millions d'habitants.**

- Pour les services dont le C.A est compris **entre 0 et 75 M€**, l'obligation de diffuser **120 heures** d'œuvres européennes ou d'expression originale française inédites dont la diffusion débute entre 20 heures et 21 heures **ne s'applique pas**.

En revanche, dès lors que **le C.A du service atteint 75 M€**, la convention doit prévoir le **volume horaire d'œuvres européennes ou d'expression originale française inédites dont la diffusion débute entre 20 heures et 21 heures**. Ce volume horaire peut être aménagé selon une montée en charge jusqu'à ce que le C.A du service atteigne les 150 M€.

**Question n° 7 : Souhaitez-vous bénéficier de ce régime de base ?**

Oui  Non

**Question n° 8 : Si oui et que votre C.A annuel net, tous supports confondus atteint 75 M€, quel volume horaire de diffusion d'œuvres inédites EOF et européennes dont la diffusion débute entre 20 heures et 21 heures proposez-vous ? Quelle montée en charge ?**

---

---

---

---

#### **b) Régime optionnel**

- L'article 11-II propose une alternative au régime décrit ci-dessus qui permet, **sans pouvoir descendre en dessous de 13 %** du C.A net de l'année précédente consacré à des oeuvres, de fixer la proportion à un niveau inférieur à 16 %, à condition que cette **baisse soit compensée par des sommes investies dans des émissions inédites de plateau produites par des producteurs capitalistiquement indépendants** (ces sommes n'étant décomptées que pour la moitié de leur montant).

- Pour les services dont le C.A est compris **entre 0 et 75 M€**, l'obligation de diffuser **120 heures** d'œuvres européennes ou d'expression originale française inédites dont la diffusion débute entre 20 heures et 21 heures **ne s'applique pas**.

En revanche, dès lors que **le C.A du service atteint 75 M€**, la convention doit prévoir le **volume horaire d'œuvres européennes ou d'expression originale française inédites dont la diffusion débute entre 20 heures et 21 heures**. Ce volume horaire peut être aménagé selon une montée en charge jusqu'à ce que le C.A du service atteigne les 150 M€.

**Question n°9 : Souhaitez-vous bénéficier de ce régime optionnel ?**

Oui  Non

**Question n° 10 : Si oui et que votre C.A annuel net, tous supports confondus atteint 75 M€, quel volume horaire de diffusion d'œuvres inédites EOF et européennes dont la diffusion débute entre 20 heures et 21 heures proposez-vous ? Quelle montée en charge ?**

---



---



---



---

Par ailleurs, l'article 11-III vous permet, quel que soit le choix du régime décrits ci-dessus que vous retiendrez, régime de base ou optionnel, de décompter, dans la limite de **25 %** du taux annuel global, des dépenses consacrées à des **œuvres européennes**.

**Question n° 11 : Quelle proportion de l'obligation souhaitez-vous consacrer aux œuvres EOF (75 % mini.)?**

\_\_\_\_\_ %

## **2. Montée en charge**

Indépendamment de la nécessité de déterminer un régime pour la contribution dans des œuvres audiovisuelles, le décret n° 2001-1333 ouvre la possibilité d'une **montée en charge progressive des obligations de production** (article 14) sur une **période maximale de sept ans** qui est négociée avec le CSA et qui sera inscrite dans la convention.

Pour les services qui demandent une montée en charge de leur obligation, le décret offre un avantage supplémentaire. En effet, au cours de cette période, le critère d'indépendance de l'œuvre relatif à la durée des droits est assoupli pour ce qui concerne le préachat, le service disposant de la faculté d'acquérir un nombre de diffusions plus important que pour les achats [4 pour les fictions et documentaires (contre 3 normalement) et 8 pour les œuvres d'animation (contre 4 normalement)] sur une période de 42 mois.

**Question n° 12 : Souhaitez-vous disposer de cette montée en charge ?**

Oui  Non

**Si oui, sur quelle durée ? Selon quel régime ? Veuillez remplir le tableau suivant :**

|                               | 1 <sup>ère</sup> année | 2 <sup>ème</sup> année | 3 <sup>ème</sup> année | 4 <sup>ème</sup> année | 5 <sup>ème</sup> année | 6 <sup>ème</sup> année | 7 <sup>ème</sup> année | 8 <sup>ème</sup> année  |
|-------------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|---|
| <b>MONTANT TOTAL</b>          |                        |                        |                        |                        |                        |                        |                        | <b>8 %</b>  |
| <i>en % du CA (année n-1)</i> |                        |                        |                        |                        |                        |                        |                        | ou<br><b>16 % minimum</b><br>ou<br><b>13% minimum</b><br>(+ 3%) |

### **3. Production inédite**

L'article 11 du décret n° 2001-1333 prévoit qu'est négociée avec le CSA la part des dépenses consacrées à la production inédite (les préachats de droit, les parts de coproduction et les commandes d'écriture), en tenant compte de la nature de la programmation du service.

**Question n° 13 : Quelle part envisagez-vous d'investir dans la production d'œuvres inédites (« production fraîche ») ?**

- Proportion d'œuvres inédites : % (% du taux global annuel)

### **4. Production indépendante**

Pour rappel, l'article 12 du décret précité prévoit que les éditeurs de services doivent consacrer au moins **2/3** des dépenses prévues à l'article 9 au développement de la **production indépendante**, selon des critères liés à l'œuvre audiovisuelle et à l'entreprise qui la produit.

## **3 . DONNÉES ASSOCIÉES**

Préciser, le cas échéant, les données associées au programme de télévision destinées à l'enrichir et à le compléter.

## **4. CARACTÉRISTIQUES PROPRES A LA TECHNOLOGIE NUMÉRIQUE**

Le candidat indique les fonctionnalités offertes par la technologie numérique qu'il envisage de proposer dans les domaines suivants :

- format technique de diffusion : 4/3 ou 16/9, son stéréo, diffusion en sons multicanaux... ;
- dispositif envisagé pour permettre l'accès aux programmes des personnes sourdes et malentendantes ainsi que, éventuellement, des personnes non voyantes ;
- possibilités de multilinguisme et de sous-titrage.

## **5 . PLAN D'AFFAIRES**

Le candidat présente les documents demandés en distinguant, d'une part, les informations financières se rapportant au service et, d'autre part, les informations financières se rapportant à l'ensemble des activités exercées par la société.

**Les documents prévisionnels suivants sont fournis en euros, sur cinq ans :**

- compte de résultat annuel ;
- plan de financement prévisionnel et justificatifs des financements affichés ;



- bilans annuels prévisionnels.

Ces différents documents doivent être établis selon les normes de la comptabilité française et comporter un niveau de segmentation suffisamment précis. En particulier, le compte de résultat prévisionnel doit distinguer les recettes liées à la publicité, au parrainage, aux aides publiques et, le cas échéant, au télé-achat ainsi qu'aux services interactifs.

S'agissant des ressources publicitaires, de parrainage et de télé-achat éventuelles : préciser les hypothèses de marché publicitaire et de zone de chalandise sur lesquelles la société candidate fonde ses estimations de recettes publicitaires en intégrant les hypothèses relatives à l'initialisation de la télévision numérique terrestre dans la zone d'appel ; distinguer éventuellement les recettes publicitaires locales des recettes publicitaires extra-locales.

Concernant le soutien éventuel des collectivités territoriales : indiquer la nature, les modalités et le montant, communiquer les justificatifs des aides des collectivités locales qui seraient appelées à contribuer au financement du projet. Le candidat devra s'assurer que ces aides sont conformes au droit communautaire relatif aux aides d'Etat (cf. circulaire du Premier ministre du 26 janvier 2006 relative à l'application au plan local des règles communautaires de concurrence relatives aux aides publiques aux entreprises - JO du 31 janvier 2006). L'éditeur transmet au Conseil, le cas échéant, les documents qui attestent de cette conformité.

**Les charges d'exploitation distinguent les coûts de personnel, les coûts de diffusion, les achats de programmes et les autres charges.**

Les documents sont fournis à la fois sous forme papier et sous forme électronique (fichier tableur au format Microsoft Excel).

**Il est recommandé au candidat de s'appuyer sur les exemples indicatifs des tableaux fournis ci-après et de détailler les principales hypothèses retenues.**

Les candidats doivent faire la preuve de leur capacité à assumer les besoins de financement découlant du plan de développement proposé. Chaque financement devra être décrit précisément et justifié, selon la source, par :

- les lettres d'engagement des sociétés effectuant des apports en fonds propres (maison mère, actionnaires,...) accompagnées des états financiers de ces sociétés (les rapports d'activité des deux derniers exercices peuvent utilement être fournis) ;
- les lettres d'engagement d'établissements financiers en cas de recours à l'emprunt.

**FORME INDICATIVE DES TABLEAUX A FOURNIR**

Les tableaux fournis par les candidats s'inspirent de la forme indicative ci-dessous. Ils sont présentés en langue française et selon les normes comptables françaises. Ils sont détaillés sur une période d'au minimum cinq ans. Les exercices se terminent au 31 décembre de chaque année. Ils doivent obligatoirement permettre de distinguer, le cas échéant, ce qui relève de la seule activité télévision numérique hertzienne de la société candidate des autres activités de cette société.

## COMPTES DE RÉSULTAT PRÉVISIONNELS

| EN MILLIERS D'EUROS  | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 |
|--|------|------|------|------|------|
| Recettes/Produits d'exploitation<br>- publicité et parrainage<br>- autres  |      |      |      |      |      |
| Charges d'exploitation<br>• coûts de personnel<br>• coûts de diffusion<br>• achats de programmes<br>• autres charges (à détailler) |      |      |      |      |      |
| Résultat avant amortissements et charges financières   |      |      |      |      |      |
| Dotation amortissements et provisions  |      |      |      |      |      |
| Charges et produits financiers   |      |      |      |      |      |
| Résultat avant impôt   |      |      |      |      |      |
| Impôt et taxes   |      |      |      |      |      |
| Résultat net   |      |      |      |      |      |
| Capacité d'autofinancement (résultat net +<br>dotation<br>amortissements et provisions)  |      |      |      |      |      |

## BILANS PRÉVISIONNELS DÉTAILLÉS (2008 À 2012)

| EN MILLIERS D'EUROS               | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 |
|-----------------------------------|------|------|------|------|------|
| Immobilisations                   |      |      |      |      |      |
| Total actif immobilisé brut       |      |      |      |      |      |
| Amortissements                    |      |      |      |      |      |
| <b>Total actif immobilité net</b> |      |      |      |      |      |
| Actif d'exploitation              |      |      |      |      |      |
| Actif hors exploitation           |      |      |      |      |      |
| Trésorerie                        |      |      |      |      |      |
| <b>Total actif circulant</b>      |      |      |      |      |      |
| <i>Total actif</i>                |      |      |      |      |      |

|                                    |  |  |  |  |  |
|------------------------------------|--|--|--|--|--|
| Fonds propres et capital social    |  |  |  |  |  |
| Résultat de l'exercice             |  |  |  |  |  |
| Report à nouveau                   |  |  |  |  |  |
| <b>Total capitaux propres</b>      |  |  |  |  |  |
| <b>Provisions et charges</b>       |  |  |  |  |  |
| Dettes à long terme (à détailler)  |  |  |  |  |  |
| Dettes à court terme (à détailler) |  |  |  |  |  |
| <b>Total dettes</b>                |  |  |  |  |  |
| <b>Total passif</b>                |  |  |  |  |  |

## PLAN DE FINANCEMENT PRÉVISIONNEL

| EN MILLIERS D'EUROS                             | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | TOTAUX |
|---|------|------|------|------|------|--------|
| Emplois   |      |      |      |      |      |        |
| - Investissements                               |      |      |      |      |      |        |
| - Remboursement de dettes financières           |      |      |      |      |      |        |
| - de long terme                                 |      |      |      |      |      |        |
| - de court terme                                |      |      |      |      |      |        |
| - Variation de besoin en fonds de roulement     |      |      |      |      |      |        |
| <b>Total des emplois</b>                        |      |      |      |      |      |        |
| Ressources                                      |      |      |      |      |      |        |
| - Capacité d'autofinancement                    |      |      |      |      |      |        |
| - Apport en fonds propres                       |      |      |      |      |      |        |
| - Emprunts à long terme                         |      |      |      |      |      |        |
| - emprunts intra-groupes                        |      |      |      |      |      |        |
| - emprunts bancaires                            |      |      |      |      |      |        |
| - crédits fournisseurs                          |      |      |      |      |      |        |
| - Autres (à détailler)                          |      |      |      |      |      |        |
| <b>Total des ressources</b>                     |      |      |      |      |      |        |
| Variation de la trésorerie (Ressources-Emplois) |      |      |      |      |      |        |
| Trésorerie en début de l'exercice               |      |      |      |      |      |        |
| Trésorerie en fin d'exercice                    |      |      |      |      |      |        |

### Tableaux des investissements prévisionnels

| EN MILLIERS D'EUROS | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 |
|---------------------|------|------|------|------|------|
|                     |      |      |      |      |      |

*Préciser la durée d'amortissement.*

## 6 . REGIE

Le candidat précise les conditions dans lesquelles la commercialisation du service (publicité, parrainage) aura lieu et les liens capitalistiques entre le service et la régie. Il décrit l'activité de cette régie et donne la liste des services de communication audiovisuelle ou les titres appartenant à la presse écrite dont la régie assure la commercialisation.

## 7. RESSOURCES HUMAINES

Indiquer l'évolution envisagée des effectifs sur cinq ans.

### Capacité technique

Il est rappelé au candidat qu'il doit se conformer à l'arrêté du 21 novembre 2001 modifié fixant les spécifications techniques applicables aux appareils de réception des signaux numériques de télévision ainsi qu'à l'arrêté du 24 décembre 2001 modifié relatif à la télévision numérique hertzienne terrestre fixant les caractéristiques des signaux émis.

#### 1. Moyens techniques

Le candidat décrit les moyens techniques qu'il envisage de mettre en œuvre pour assurer l'exploitation de son service.

#### 2. Moteur d'interactivité

Le candidat indique, d'une part, toutes les informations, notamment le procédé technique, concernant le moteur d'interactivité et, d'autre part, les moyens qu'il envisage de mettre en œuvre pour assurer une compatibilité de son service avec les autres services autorisés.

#### 3. Utilisation de la ressource radioélectrique

*Le candidat précise son besoin en bande passante pour la diffusion du service concerné (réponse exprimée en centaines de kilobits par seconde), en détaillant la répartition du débit pour la vidéo, le son et les données associées. Il présente ses propositions sur les conditions techniques de multiplexage.*

### Mise en exploitation du service

Le candidat indique les délais dans lesquels il pourra assurer le début des émissions.

## **La composition du capital social et la répartition des droits de vote de la société XXXXXX**

Le capital social de la société Clermontoise de Télévision est de xxxxxx €. Il est divisé en xxxxxx actions de xxxxxx € chacune, de même catégorie.

La composition du capital de la société est la suivante :

Le directeur de la publication du service, au sens de l'article 93-2 de la loi n° 82-652 du 29 juillet 1982, est M. xxxxxx, président de la société xxxxxx.

## **ANNEXE II**

Composition du comité composé de personnalités indépendantes constitué auprès de l'éditeur xxxxxx afin de veiller au respect du principe de pluralisme.

## **ANNEXE III**

GRILLE DE PROGRAMMES



### ANNEXE 3

#### Conventions des chaînes locales / obligations relatives a la production locale

| Nom du service                     | Décisions d'autorisation en TNT         | Durée de la programmation locale  | Volume de production propre en 1ère diffusion hebdomadaire  | Bilans 2006  |
|------------------------------------|---|---|---|--|
| Télé Lyon Métropole - TLM          | Décision n°2007-508 du 24 juillet 2007  | Le volume d'émissions produites localement en première diffusion est au moins de 12 heures hebdomadaires avec un minimum d'une heure quotidienne sur 42 semaines par an et de 10 heures hebdomadaires sur 10 semaines en période estivale.                    | De janvier à juin 2006 : 14 heures 35 minutes<br>De juillet à septembre 2006 : 5 heures 10 minutes<br>D'octobre à décembre 2006 : <b>17 heures 1 minute</b>       | Télé Lyon Métropole a continué à accroître son volume de production propre hebdomadaire en première diffusion et a atteint <b>17 heures</b> au dernier trimestre 2006 (14 heures 41 minutes en 2004 ; 16 heures 35 minutes en 2005).   |
| Télé Toulouse                      | Décision n°2007-504 du 24 juillet 2007  | Le volume d'émissions produites localement en première diffusion est au moins de 12 heures hebdomadaires avec un minimum d'une heure quotidienne sur 44 semaines par an et de 10 heures hebdomadaires sur 8 semaines en période estivale.                     | De janvier à juin 2006 : 14 heures 47 minutes<br>De juillet à août 2006 : 1 heure 06 minutes<br>De septembre à décembre 2006 : <b>8 heures 41 minutes</b>         | Depuis plusieurs années TLT maintenait son volume de production propre en première diffusion hebdomadaire autour de <b>15 heures</b> en moyenne. En 2006, on constate une baisse de ce volume. La période estivale, avec <b>1 heure 6 minutes</b> de première diffusion hebdomadaire, et le dernier trimestre de l'année, avec <b>8 heures 41 minutes</b> par semaine, ont proposé des durées très inférieures au volume minimum fixé dans la convention qui est de 10 heures pour la période estivale et de 12 heures pour le reste de l'année. |
| TV7 Bordeaux                       | Décision n° 2007-503 du 24 juillet 2007 | Le volume d'émissions produites localement en première diffusion est au moins de douze heures hebdomadaires avec un minimum d'une heure quotidienne sur quarante-quatre semaines par an et de dix heures hebdomadaires sur huit semaines en période estivale. | De janvier à juin 2006 : 15 heures 18 minutes<br>De juillet à septembre 2006 : 10 heures 06 minutes<br>De septembre à décembre 2006 : <b>15 heures 36 minutes</b> | <b>15 heures et 36 minutes.</b> Comme en 2005, TV7 Bordeaux dépasse de 3 heures 36 minutes son quota minimum hebdomadaire.   |
| Nantes 7<br><i>(Temps partagé)</i> | Décision n° 2007-497 du 24 juillet 2007 | Le volume d'émissions produites localement en première diffusion est au moins de 12 heures hebdomadaires avec un minimum d'une heure quotidienne sur 44 semaines par an et de 10 heures hebdomadaires sur 8 semaines en période estivale.                     | De janvier à juin 2006 : 11 heures 43 minutes<br>De juillet à septembre 2006 : 7 heures 29 minutes<br>De septembre à décembre 2006 : <b>12 heures 07 minutes</b>  | Nantes 7 a programmé un volume de <b>12 heures 7 minutes</b> de production propre en première diffusion hebdomadaire (chiffre assez important pour un canal partagé).  |



|  |  |  |   |  |
|--|--|--|---|--|
| <p><b>Télé Nantes</b><br/><i>(Temps partagé)</i></p> | <p>Décision n° 2007-498 du 24 juillet 2008</p> | <p>Le volume d'émissions produites localement en première diffusion est au moins de 40 minutes d'émissions quotidiennes sur 48 semaines par an. Ce volume de production locale en première diffusion pourra faire l'objet d'une montée en charge selon le régime suivant : 60 % la première année, 80 % la deuxième année et 100 % au bout de la troisième année d'exercice.</p> | <p>De janvier à juin 2006 : 2 heures 24 minutes<br/>De juillet à août 2006 : 1 heure 12 minutes<br/>De septembre à décembre 2006 : <b>3 heures 42 minutes</b></p>   | <p>Avec un volume hebdomadaire de <b>3 heures 42 minutes</b> en première diffusion, soit 30 minutes par jour, Télé Nantes (à 2 minutes près par semaine), a réussi à respecter la montée en charge prévue dans sa convention.</p>  |
| <p><b>Clermont 1ère</b></p>                          | <p>Décision n° 2005-274 du 7 juin 2005</p>     | <p>Le volume d'émissions produites localement en première diffusion est au moins de 12 heures hebdomadaires avec un minimum d'une heure quotidienne sur 44 semaines par an et de 10 heures hebdomadaires sur 8 semaines en période estivale.</p>   | <p>De janvier à juin 2006 : 11 heures 32 minutes<br/>De juillet à août 2006 : 1 heure 20 minutes<br/>De septembre à décembre 2006 : <b>10 heures 52 minutes</b></p> | <p>Avec <b>10 heures 52 minutes</b> de production propre en première diffusion hebdomadaire sur sa grille de base, Clermont 1ère ne parvient pas à respecter le seuil minimum de 12 heures fixé dans sa convention.</p>  |
| <p><b>La Chaîne Marseille - LCM</b></p>              | <p>Décision n° 2007-504 du 24 juillet 2007</p> | <p>Le volume d'émissions produites localement en première diffusion est au moins de 12 heures hebdomadaires avec un minimum d'une heure quotidienne sur 44 semaines par an et de 10 heures hebdomadaires sur 8 semaines en période estivale.</p>   | <p>Durée hebdomadaire de production propre en première diffusion sur 44 semaines : <b>13 heures</b></p>   | <p>La chaîne a programmé <b>plus de 12 heures</b> hebdomadaires d'émissions produites localement en première diffusion sur 44 semaines mais n'a pas diffusé une heure de programmes "frais" le samedi et le dimanche, comme le stipule l'article 3-1-1 de sa convention.<br/>Par ailleurs, en période estivale, l'engagement conventionnel de diffuser un minimum de dix heures hebdomadaires de programmes locaux en première diffusion n'a pas été respecté par LCM.</p> |
| <p><b>Canal 32(Troyes)</b></p>                       | <p>Décision n°2006-406 du 7 juin 2006</p>      | <p>Le volume d'émissions produites localement en première diffusion est au moins de 12 heures hebdomadaires avec un minimum d'une heure quotidienne sur quarante-deux semaines par an et de 10 heures hebdomadaires sur dix semaines en période estivale.</p>  | <p>De janvier à juin 2006 : 7 heures<br/>De juillet à août 2006 : 5 heures<br/>De septembre à décembre 2006 : <b>8 heures 21 minutes</b></p>                        | <p>Lors du renouvellement de son autorisation, en juin 2006, le volume minimum de production propre en première diffusion hebdomadaire de Canal 32 est passé de 14 heures à 12 heures. Néanmoins, la chaîne n'a pas réussi à atteindre ce seuil malgré une progression entre le début de l'année 2006 : 7 heures, et la fin de l'année : <b>8 heures 21 minutes.</b></p>   |

|   |  |  |  |  |
|---|--|--|--|--|
| <p><b>LMTV Sarthe<br/>Canal 8 Le Mans</b></p> | <p>Décision n° 2007-501 du 24 juillet 2007</p> | <p>Le volume d'émissions produites localement en première diffusion est au moins de 12 heures hebdomadaires avec un minimum d'une heure quotidienne sur 44 semaines par an et de 10 heures hebdomadaires sur 8 semaines en période estivale.<br/>L'éditeur bénéficie d'une montée en charge pour le volume d'émissions produites localement en première diffusion :<br/>2005 : 6h (50%)<br/>2006 : 7h (58%)<br/>2008 : 8h (67%)<br/>2009 : 10h (83%)<br/>2010 : 12h (100%)</p> | <p>De janvier à juillet 2006 : 5 heures 54 minutes<br/>Du 15 au 18 août 2006 : 5 heures 17 minutes<br/>Du 18 août à décembre 2006 : <b>6 heures 9 minutes</b></p>  | <p>Avec un total de <b>6 heures 9 minutes</b> en première diffusion hebdomadaire au cours du troisième trimestre 2006 sur sa grille de base, Canal 8 Le Mans a presque atteint le seuil minimum de montée en charge fixé dans sa convention.</p>   |
| <p><b>TV8 Mont Blanc</b></p>                  | <p>Décision n°2007-507 du 24 juillet 2007</p>  | <p>Le volume d'émissions produites localement en première diffusion est au moins de 12 heures hebdomadaires avec un minimum d'une heure quotidienne sur 44 semaines par an et de 10 heures hebdomadaires sur 8 semaines en période estivale.</p>   | <p>De janvier à juin 2006 : 20 heures<br/>De juillet à août 2006 : 8 heures 30 minutes<br/>De septembre à décembre 2006 : <b>20 heures</b></p>   | <p><b>20 heures.</b> TV8 Mont Blanc a largement respecté son quota minimum de 12 heures hebdomadaires.</p>   |
| <p><b>Télé Grenoble</b></p>                   | <p>Décision n°2007-495 du 24 juillet 2007</p>  | <p>Le volume d'émissions produites localement en première diffusion est au moins de 12 heures hebdomadaires, avec un minimum d'une heure quotidienne sur 44 semaines par an et de 10 heures hebdomadaires sur 8 semaines en période estivale.</p>  | <p>L'opérateur édite un programme d'information quotidien de 2 heures minimum consacré à l'actualité locale comportant notamment des « flashes » de 3 minutes toutes les 1 heures, actualisés 2 fois/jour.</p> | <p>Au troisième trimestre 2006, le volume hebdomadaire de production propre en première diffusion de Télégrenoble était de 10 heures et 15 minutes sur sa grille de base alors que son obligation conventionnelle est de 12 heures. Toutefois, Télégrenoble, pour sa première année d'existence, n'a pas bénéficié d'une montée en charge.</p> |
| <p><b>Orléans TV</b></p>                      | <p>Décision n°2007-500 du 24 juillet 2007</p>  | <p>Le volume d'émissions produites localement en première diffusion est au moins de 12 heures hebdomadaires, avec un minimum d'une heure quotidienne sur 44 semaines par an et de 10 heures hebdomadaires sur 8 semaines en période estivale. L'éditeur informe le conseil supérieur de la durée quotidienne de son programme, ainsi que de toute modification.</p>  | <p>Un journal d'information quotidien de 12 minutes minimum consacré à l'actualité locale.</p>   |  |

## ANNEXE 4

### Dispositif juridique relatif au régime de la publicité et du parrainage

**Décret n° 92-280 du 27 mars 1992 modifié , pris pour l'application des articles 27 et 33 de la loi n°86-1067 du 30 septembre 1986 et fixant les principes généraux définissant les obligations des éditeurs de services en matière de publicité, de parrainage et de téléachat**  
*(Version consolidée)*

#### **Article premier**

Le présent décret est applicable aux éditeurs de services de télévision.

L'article 15 excepté, il est également applicable aux éditeurs de services autres que de télévision diffusés par voie hertzienne terrestre en mode numérique, dans des conditions fixées par la convention conclue avec le Conseil supérieur de l'audiovisuel.

### **TITRE PREMIER**

#### **Publicité**

#### **Chapitre I**

#### **Dispositions générales**

#### **Article 2**

Pour l'application du présent décret, constitue une publicité toute forme de message télévisé diffusé contre rémunération ou autre contrepartie en vue soit de promouvoir la fourniture de biens ou services, y compris ceux qui sont présentés sous leur appellation générique, dans le cadre d'une activité commerciale, industrielle, artisanale ou de profession libérale, soit d'assurer la promotion commerciale d'une entreprise publique ou privée.

Cette définition n'inclut pas les offres directes au public en vue de la vente, de l'achat ou de la location de produits ou en vue de la fourniture de services contre rémunération.

#### **Article 3**

La publicité doit être conforme aux exigences de véracité, de décence et de respect de la dignité de la personne humaine. Elle ne peut porter atteinte au crédit de l'État.

#### **Article 4**

La publicité doit être exempte de toute discrimination en raison de la race, du sexe ou de la nationalité, de toute scène de violence et de toute incitation à des comportements préjudiciables à la santé, à la sécurité des personnes et des biens ou à la protection de l'environnement.

### **Article 5**

La publicité ne doit contenir aucun élément de nature à choquer les convictions religieuses, philosophiques ou politiques des téléspectateurs.

### **Article 6**

La publicité doit être conçue dans le respect des intérêts des consommateurs. Toute publicité comportant, sous quelque forme que ce soit, des allégations, indications ou présentations fausses ou de nature à induire en erreur les consommateurs est interdite.

### **Article 7**

La publicité ne doit pas porter un préjudice moral ou physique aux mineurs. À cette fin, elle ne doit pas :

1. inciter directement les mineurs à l'achat d'un produit ou d'un service en exploitant leur inexpérience ou leur crédulité ;
2. inciter directement les mineurs à persuader leurs parents ou des tiers d'acheter les produits ou les services concernés ;
3. exploiter ou altérer la confiance particulière que les mineurs ont dans leurs parents, leurs enseignants ou d'autres personnes ;
4. présenter sans motif des mineurs en situation dangereuse.

### **Article 8**

Est interdite la publicité concernant, d'une part, les produits dont la publicité télévisée fait l'objet d'une interdiction législative et, d'autre part, les produits et secteurs économiques suivants :

- boisson comprenant plus de 1,2 degré d'alcool ;
- édition littéraire sauf sur les services de télévision exclusivement distribués par câble ou diffusés par satellite ;
- cinéma ;
- distribution pour les opérations commerciales de promotion se déroulant entièrement ou principalement sur le territoire national, sauf dans les départements d'outre-mer et les territoires de la Polynésie française, des îles Wallis-et-Futuna, dans la collectivité départementale de Mayotte et en Nouvelle-Calédonie.

Au sens du présent décret, on entend par opération commerciale de promotion toute offre de produits ou de prestations de services faite aux consommateurs ou toute organisation d'événement qui présente un caractère occasionnel ou saisonnier, résultant notamment de la durée de l'offre, des prix et des conditions de vente annoncés, de l'importance du stock mis en vente, de la nature, de l'origine ou des qualités particulières des produits ou services ou des produits ou prestations accessoires offerts.

### **Article 9**

La publicité clandestine est interdite.

Pour l'application du présent décret, constitue une publicité clandestine la présentation verbale ou visuelle de marchandises, de services, du nom, de la marque ou des activités d'un producteur de marchandises ou d'un prestataire de services dans des programmes, lorsque cette présentation est faite dans un but publicitaire.

#### **Article 10**

La publicité ne doit pas utiliser des techniques subliminales.

#### **Article 11**

La publicité ne doit faire appel ni visuellement ni oralement à des personnes présentant régulièrement les journaux télévisés et les magazines d'actualité.

### **Chapitre II** **Règles relatives à la diffusion des messages publicitaires**

#### **Article 12**

Les messages publicitaires sont diffusés dans le respect des dispositions de la loi n° 75-1349 du 31 décembre 1975 relative à l'emploi de la langue française.

#### **Article 13**

Les messages publicitaires doivent être diffusés simultanément dans l'ensemble de la zone de service. Toutefois, cette disposition :

- 1° Ne s'applique pas aux éditeurs de services qui comptent au nombre de leurs obligations la programmation d'émissions à caractère régional, pour cette programmation ;
- 2° Ne fait pas obstacle à la réalisation, sous le contrôle du Conseil supérieur de l'audiovisuel et dans des zones géographiquement limitées, d'échanges de messages entre annonceurs à des fins d'expérimentation commerciale ;
- 3° Ne fait pas obstacle à ce que les éditeurs de services distribués par câble ou diffusés par satellite procédant à des décrochages locaux sous leur responsabilité éditoriale puissent diffuser des messages publicitaires au cours de ces décrochages.

#### **Article 14**

Les messages publicitaires ou les séquences de messages publicitaires doivent être aisément identifiables comme tels et nettement séparés du reste du programme, avant comme après leur diffusion, par des écrans reconnaissables à leurs caractéristiques optiques et acoustiques.

Lorsque les caractéristiques du service de télévision ne permettent pas que la publicité soit clairement identifiée comme telle par les moyens prévus à l'alinéa précédent, les conventions et cahiers de charges peuvent définir les conditions dans lesquelles il est satisfait à cette obligation.

Les messages d'intérêt général à caractère non publicitaire tels que ceux diffusés dans le cadre des campagnes des organisations caritatives et des campagnes d'information des administrations peuvent être insérés, le cas échéant, dans les séquences publicitaires.

Le volume sonore des séquences publicitaires ainsi que des écrans qui les précèdent et qui les suivent ne doit pas excéder le volume sonore moyen du reste du programme.

La publicité isolée doit être exceptionnelle.

## **Article 15**

Sous réserve des dispositions de l'article 73 de la loi du 30 septembre 1986 susvisée et sans préjudice des dispositions particulières applicables à chaque organisme ou service mentionné à l'article 1<sup>er</sup>, la publicité est diffusée dans les conditions suivantes :

I. - Les messages publicitaires sont insérés entre les émissions. Toutefois, ils peuvent être insérés dans les émissions, à condition de ne pas porter atteinte à l'intégrité et à la valeur de ces émissions, de tenir compte des interruptions naturelles du programme ainsi que de sa durée et de sa nature, et de ne pas porter atteinte aux droits des ayants droits.

Dans le cas prévu ci-dessus, une période d'au moins vingt minutes doit s'écouler entre deux interruptions successives à l'intérieur d'une émission.

II. - Lorsque les émissions se composent de parties autonomes ou dans des émissions sportives et dans celles retransmettant des événements et des spectacles comprenant des intervalles, les messages publicitaires sont insérés entre ces parties autonomes ou dans ces intervalles.

III. - La diffusion des journaux télévisés, des magazines d'actualité, des émissions religieuses et des émissions pour enfants, dont la durée est inférieure à trente minutes, ne peut être interrompue par des messages publicitaires. Lorsque leur durée est égale ou supérieure à trente minutes, les dispositions prévues aux I et II ci-dessus sont applicables.

IV. - Lorsque la diffusion d'une oeuvre cinématographique est interrompue par la publicité, celle-ci ne peut comporter des messages d'une durée totale supérieure à six minutes.

V. - Le temps maximal consacré à la diffusion de messages publicitaires est fixé par les conventions et cahiers des charges dans les conditions suivantes :

1° Pour les éditeurs de services à vocation nationale diffusés par voie hertzienne terrestre autorisés en application des articles 30 et 30-1 de la loi du 30 septembre 1986 susvisée ainsi que pour les éditeurs de services diffusés par voie hertzienne terrestre autorisés en application de l'article 30-1 de la même loi sur une zone géographique dont la population recensée est supérieure à dix millions d'habitants, il n'excède pas six minutes par heure en moyenne quotidienne sur l'ensemble des périodes de programmation au cours desquelles cette diffusion est autorisée, ni douze minutes pour une heure donnée.

2° Pour les éditeurs de services distribués par câble ou diffusés par satellite ainsi que pour les éditeurs de services diffusés par voie hertzienne terrestre autorisés en application de l'article 30-1 de la même loi sur une zone géographique dont la population recensée est inférieure ou égale à dix millions d'habitants, la durée consacrée à la diffusion de messages publicitaires est fixée par la convention en fonction de la catégorie à laquelle appartient le service considéré. Elle ne peut excéder neuf minutes par heure d'antenne en moyenne quotidienne sur l'ensemble des périodes de programmation au cours desquelles cette diffusion est autorisée, ni douze minutes pour une heure donnée.

La convention peut toutefois prévoir des durées supérieures à celles prévues à l'alinéa précédent au profit des éditeurs de services qui, sur un canal affecté à une commune, un groupement de communes ou une association, sont destinés aux informations sur la vie communale, intercommunale ou locale.

Les durées maximales prévues au premier alinéa du 2° peuvent être portées, pour les éditeurs de services destinés uniquement au territoire national et qui ne peuvent être reçus, directement ou indirectement, dans un ou plusieurs autres États membres de l'Union européenne, à douze minutes par heure d'antenne en moyenne quotidienne et à quinze minutes pour une heure donnée.

## **Article 15-1**

Pour les services de cinéma et les services de paiement à la séance, les programmes faisant l'objet de conditions d'accès particulières ainsi que les programmes dont la diffusion en clair a été autorisée à titre

exceptionnel par le Conseil supérieur de l'audiovisuel ne peuvent pas comporter de messages publicitaires.

Toutefois et par dérogation à l'article 8, pour les services de cinéma distribués par câble ou diffusés par satellite ou par voie hertzienne terrestre en mode numérique, les programmes faisant l'objet de conditions d'accès particulières peuvent comporter des messages publicitaires concernant le secteur du cinéma. Les proportions fixées en application du V de l'article 15 sont alors respectées, respectivement, pour les programmes diffusés en clair et pour les programmes faisant l'objet de conditions d'accès particulières.

## **Chapitre III**

### **Article 16**

Aucune publicité ne peut être insérée dans les diffusions de services religieux.

### **Règles applicables aux services entièrement consacrés à l'autopromotion**

#### **Article 16-1**

Constitue un service d'autopromotion le service distribué par câble ou diffusé par satellite qui réserve l'intégralité de son temps de diffusion à la promotion des produits, services ou programmes d'une personne morale.

Les dispositions des articles 9 et 14 ne sont pas applicables aux programmes consacrés à l'autopromotion.

## **TITRE II Parrainage**

### **Article 17**

Pour l'application du présent décret, constitue un parrainage toute contribution d'une entreprise ou d'une personne morale publique ou privée, n'exerçant pas d'activités de radiodiffusion télévisuelle ou de production d'œuvres audiovisuelles, au financement d'émissions télévisées, afin de promouvoir son nom, sa marque, son image, ses activités ou ses réalisations.

### **Article 18**

Les émissions télévisées parrainées doivent répondre aux exigences suivantes :

I. - Leur contenu et leur programmation ne peuvent, en aucun cas, être influencés par le parrain dans des conditions susceptibles de porter atteinte à la responsabilité et à l'indépendance éditoriale de la société ou du service de télévision.

II. - Elles ne doivent pas inciter à l'achat ou à la location des produits ou services du parrain ou d'un tiers et ne peuvent en particulier comporter des références promotionnelles spécifiques à ces produits ou services.

III. - Elles doivent être clairement identifiées en tant que telles au début ou à la fin de l'émission parrainée.

Cette identification peut se faire par le nom du parrain, sa dénomination, sa raison sociale, son secteur d'activité, ses marques, ou par les facteurs d'image et les signes distinctifs qui lui sont habituellement associés tels que sigle, logotype et indicatif sonore, à l'exclusion de tout slogan publicitaire et de la présentation du produit lui-même ou de son conditionnement.

Toutefois, lorsque le parrainage est destiné à financer une émission de jeux ou de concours, des produits ou services du parrain pourront, sous réserve de ne faire l'objet d'aucun argument publicitaire, être remis gratuitement aux particuliers à titre de lots.

IV. - Au cours de l'émission parrainée et dans les bandes-annonces, la mention du parrain n'est possible que dans la mesure où elle reste ponctuelle et discrète, se borne à rappeler la contribution apportée par celui-ci et ne recourt pas à d'autres moyens d'identification que ceux mentionnés au III ci-dessus.

#### **Article 19**

Les émissions télévisées ne peuvent être parrainées par des entreprises qui ont pour activité principale la fabrication ou la vente de boissons alcoolisées, de produits du tabac, de médicaments uniquement disponibles sur prescription médicale ou la fourniture de traitements médicaux uniquement disponibles sur prescription médicale.

#### **Article 20**

Les journaux télévisés et les émissions d'information politique ne peuvent être parrainés.

### **TITRE III Téléachat**

#### **Article 21**

On entend par téléachat la diffusion d'offres faites directement au public en vue de la fourniture, moyennant paiement, de biens meubles ou immeubles, de services, ou de droits et obligations s'y rapportant.

La diffusion de ces offres est réservée aux émissions de téléachat.

### **Chapitre 1 Dispositions générales**

#### **Article 22**

Les articles 3, 4, 5, 7, 8, 9 et 10 du présent décret applicables à la publicité télévisée s'appliquent également aux émissions de téléachat.



### **Article 23**

Les émissions de téléachat sont clairement annoncées comme telles.

### **Article 24**

La marque, le nom du fabricant ou du distributeur d'un objet ou d'un produit, le nom du prestataire d'un service offert à la vente ne sont pas montrés, mentionnés ou indiqués à l'antenne et ne font pas l'objet, par un autre moyen, d'une annonce ou d'une publication se rapportant à l'émission. La marque est précisée lors de la commande, ainsi que le nom du fabricant ou du distributeur qui donne sa garantie.

### **Article 25**

La présentation des biens ou services offerts à la vente doit être conçue dans le respect des intérêts des consommateurs et ne doit pas comporter d'allégations ou d'indications fausses ou de nature à induire le public en erreur.

Les biens ou services sont décrits de manière aussi précise que possible, dans des conditions que déterminent les conventions et cahiers des charges.

Les conditions de commande ne doivent comporter aucune ambiguïté quant aux engagements souscrits.

### **Article 26**

Les émissions de téléachat ne font pas intervenir de mineurs de seize ans.

### **Article 27**

Les conventions et cahiers des charges fixent les modalités selon lesquelles un même bien ou service peut être présenté à la fois dans une émission de télé-achat et dans un message publicitaire.

## **Chapitre II**

### **Règles relatives à la diffusion des émissions de téléachat**

### **Article 28**

Les émissions de téléachat ne peuvent être interrompues par des écrans publicitaires.

### **Article 29**

La durée des émissions de téléachat ne peut être inférieure à quinze minutes. Leur durée totale ne peut dépasser trois heures par jour.

Ces émissions ne peuvent être diffusées par voie hertzienne terrestre qu'entre minuit et 11 heures, et, dans la limite d'une heure, entre 14 heures et 16 heures. Toutefois, aucune diffusion ne peut avoir lieu le mercredi après-midi, le samedi après-midi et le dimanche toute la journée.

## **Chapitre III**

### **Article 30**

Les services de télévision ne diffusent pas plus de huit émissions quotidiennes de téléachat.

### **Dispositions applicables aux éditeurs de services principalement ou exclusivement consacrés au téléachat**

#### **Article 31**

Les dispositions de l'article 24 ne sont pas applicables aux éditeurs de services distribués par câble ou diffusés par satellite qui réservent au moins 50 % de leur temps de diffusion à des émissions de téléachat.

#### **Article 32**

Les dispositions des articles 23, 28, 29 et 30 ne sont pas applicables aux éditeurs de services distribués par câble ou diffusés par satellite qui sont exclusivement consacrés au téléachat.

Ces dispositions ne sont pas non plus applicables aux éditeurs de services qui réservent au moins 50 % de leur temps de diffusion à des émissions de téléachat et qui ne sont reçus, directement ou indirectement, dans aucun autre État membre de la Communauté européenne ou signataire de l'accord sur l'Espace économique européen ou partie à la Convention européenne sur la télévision transfrontière. Pour ces éditeurs de services, la convention fixe notamment la durée totale du temps consacré au télé-achat, le nombre d'émissions quotidiennes de télé-achat ainsi que la durée de ces émissions.

#### **Article 33**

Les dispositions des articles 23, 24, 28, 29 et 30 ne sont pas applicables aux services diffusés par voie hertzienne terrestre en mode numérique qui sont exclusivement consacrés à la diffusion d'émissions de téléachat.

## **TITRE IV Dispositions transitoires et finales**

### **Article 34**

Le présent décret est applicable dans les territoires d'outre-mer en Nouvelle-Calédonie et à Mayotte.

#### **Article 34-1**

Par dérogation aux dispositions de l'article 8 du présent décret, toute publicité pour la distribution demeure interdite jusqu'au 1<sup>er</sup> janvier 2007 pour les éditeurs des services de télévision à vocation nationale diffusés par voie hertzienne terrestre en mode analogique.

## **Décret n° 2003-960 du 7 octobre 2003.**

### **Article 4**

Le présent décret est applicable dans les territoires de la Polynésie française, des îles Wallis-et-Futuna, dans la collectivité départementale de Mayotte et en Nouvelle-Calédonie.

### **Recommandation du CSA du 19 décembre 2003 relative à la publicité télévisée en faveur de la presse**

Le décret n° 2003-960 du 7 octobre 2003 modifiant le décret n° 92-280 du 27 mars 1992 a levé l'interdiction d'accès du secteur de la presse à la publicité télévisée. En conséquence, à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2004, les annonceurs de ce secteur peuvent accéder aux écrans publicitaires à la télévision.

La nécessaire harmonisation avec la réglementation publicitaire qu'implique cette ouverture conduit le Conseil supérieur de l'audiovisuel à préciser, dans le cadre de son pouvoir interprétatif, les conditions dans lesquelles peut s'exercer la publicité télévisée en faveur du secteur de la presse.

Les orientations qui suivent, destinées à éclairer les éditeurs de services de télévision sur les lignes directrices qui guident le Conseil dans sa mission d'application de la réglementation, devront évidemment faire l'objet d'appréciations au cas par cas.

#### **I - Secteurs interdits de publicité télévisée**

En premier lieu, les messages publicitaires en faveur de la presse doivent intégrer les interdictions d'accès à la publicité télévisée qui frappent certains secteurs, soit pour des raisons tenant à la protection de la santé publique, soit pour préserver la diversité culturelle.

##### ***A/ Protection de la santé publique***

###### **1/ Tabac ou produits du tabac**

En application de l'article L. 3511-3 du Code de la santé publique, est interdite *"la propagande ou la publicité, directe ou indirecte, en faveur du tabac ou des produits du tabac"*.

Aux termes du premier alinéa de l'article L. 3511-4 dudit Code, *"est considérée comme propagande ou publicité indirecte la propagande ou la publicité en faveur d'un organisme, d'un service, d'une activité, d'un produit ou d'un article autre que le tabac ou un produit du tabac lorsque, par son graphisme, sa présentation, l'utilisation d'une marque, d'un emblème publicitaire ou un autre signe distinctif, elle rappelle le tabac ou un produit du tabac"*. Conformément au deuxième alinéa de l'article L. 3511-4, ces dispositions ne sont pas applicables *"à la propagande ou à la publicité en faveur d'un produit autre que le tabac ou un produit du tabac qui a été mis sur le marché avant le 1<sup>er</sup> janvier 1990 par une entreprise juridiquement et financièrement distincte de toute entreprise qui fabrique, importe ou commercialise du*

*tabac ou un produit du tabac. La création de tout lien juridique ou financier entre ces entreprises rend caduque cette dérogation".*

Sous cette réserve, devraient être interdites tant la publicité en faveur d'une publication de presse consacrée spécifiquement au tabac ou à ses produits que la publicité au bénéfice de toute autre publication qui ferait référence, autrement que sous un angle critique, au tabac ou à des produits du tabac.

## **2/ Boissons alcoolisées**

Conformément à l'article L. 3323-2 du Code de la santé publique aux termes duquel *"la propagande ou la publicité, directe ou indirecte, en faveur des boissons alcoolisées"* est interdite à la télévision et sans préjudice du deuxième alinéa de l'article L. 3323-3 dudit Code qui encadre la propagande ou la publicité indirecte pour un produit autre qu'une boisson alcoolisée, devraient être prohibées tant la publicité en faveur d'une publication de presse consacrée spécifiquement aux boissons alcoolisées que la publicité au bénéfice de tout autre titre de presse qui ferait ostensiblement référence à des boissons alcoolisées ou présenterait sous un jour favorable leur consommation.

## **3/ Médicaments soumis à prescription médicale**

Aux termes de l'article L. 5122-6 du Code de la santé publique, *"la publicité auprès du public pour un médicament n'est admise qu'à la condition que ce médicament ne soit pas soumis à prescription médicale, qu'il ne soit pas remboursable par les régimes obligatoires d'assurance maladie et que l'autorisation de mise sur le marché ou l'enregistrement ne comporte pas de restrictions en matière de publicité auprès du public en raison d'un risque possible pour la santé publique"*.

Si cette disposition ne constitue pas un obstacle à la publicité télévisée en faveur d'un titre de presse spécialisé, le CSA estime néanmoins qu'à cette occasion ne devrait être faite aucune référence, autre que générique ou critique, à un médicament soumis à prescription médicale. Ce régime s'applique *a fortiori* aux publicités en faveur des publications non spécialisées.

Echappent à cette contrainte les messages publicitaires prenant place dans des programmes de services de télévision accessibles aux seuls professionnels de santé.

## **4/ Armes à feu**

Aux termes de l'article 5 du décret n° 85-1305 du 9 décembre 1985, *"pour pouvoir faire de la publicité [en faveur des armes à feu et de leurs munitions] en application de l'article 3 de la loi du 12 juillet 1985 précitée, les moyens de communication audiovisuelle qui mettent à la disposition du public par voie hertzienne ou tout autre moyen, qu'il s'agisse de sons, d'images, de documents, de données ou de messages de toute nature, doivent sans préjudice d'autres règles relatives à la publicité dans le domaine de la communication audiovisuelle, consacrer plus d'un tiers de la partie de leurs programmes laissée libre par la publicité à des émissions relatives à la chasse, à la pêche ou au tir sportif"*.

En conséquence, les services de télévision qui consacrent plus d'un tiers de leurs programmes à des émissions relatives à la chasse, à la pêche ou au tir sportif peuvent diffuser des messages publicitaires

en faveur de titres de presse, spécialisés ou non, faisant référence à des armes à feu ou à leurs munitions.

Sur les autres services de télévision, le CSA considère que la publicité en faveur d'une publication de presse, spécialisée ou non, ne doit pas faire ostensiblement référence à des armes à feu ou à leurs munitions ou présenter sous un jour favorable leur utilisation.

## **B/ Autres secteurs**

### **1/ Cinéma**

Les messages publicitaires en faveur du secteur du cinéma, à l'exception de ceux diffusés dans les programmes faisant l'objet de conditions d'accès particulières des services de cinéma distribués par câble ou diffusés par satellite ou par voie hertzienne terrestre en mode numérique, sont interdits par voie télévisuelle.

*En conséquence, devrait être proscrite la publicité pour un titre de presse, spécialisé ou non, qui ferait manifestement référence à un film en cours d'exploitation en salles ou sur le point de l'être.*

### **2/ Édition littéraire**

Le décret du 7 octobre 2003 ouvre, à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2004, au secteur de l'édition littéraire les écrans publicitaires des services de télévision distribués par câble ou diffusés par satellite.

Pour les autres services, diffusés par voie hertzienne terrestre, la publicité en faveur de livres et de collections demeure interdite. Aussi ne devraient-ils pas pouvoir diffuser de messages publicitaires pour un titre de presse, spécialisé ou non, qui feraient manifestement référence au lancement d'un livre ou d'une collection.

### **3/ Distribution**

L'interdiction de publicité télévisée qui frappait le secteur de la distribution a été levée le 7 octobre 2003. La publicité pour ce secteur est désormais autorisée sous réserve, notamment, de ne pas porter sur des "opérations commerciales de promotion", entendues comme les offres de produits ou de prestation de services ou l'organisation d'événements présentant un caractère occasionnel ou saisonnier, et de ne pas prendre place, jusqu'au 1<sup>er</sup> janvier 2007, dans les écrans publicitaires des chaînes hertziennes à vocation nationale.

En conséquence, la publicité en faveur d'une publication de presse qui ferait référence à une enseigne de distribution devrait rester proscrite sur les services hertziens analogiques à vocation nationale jusqu'au 1<sup>er</sup> janvier 2007. Sur les autres services, elle est licite sous réserve de ne pas faire référence à des opérations commerciales de promotion.

## **II – Publicité pouvant présenter un contenu politique**

Aux termes de l'article 14 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 modifiée, *"les émissions publicitaires à caractère politique sont interdites"*. En application de l'article 5 du décret n° 92-280 du 27 mars 1992, *"la publicité ne doit contenir aucun élément de nature à choquer les convictions religieuses, philosophiques ou politiques des téléspectateurs"*.

Le Conseil supérieur de l'audiovisuel considère que la nouvelle liberté énoncée par le décret du 7 octobre 2003 doit s'apprécier comme un prolongement de la liberté de la presse.

En conséquence, sous réserve de leur contournement manifeste, les dispositions précitées ne lui semblent pas faire obstacle à la publicité pour une publication qui ferait référence à une personnalité, un événement, un parti ou un groupement politique, dans le respect des dispositions de l'article 5 du décret du 27 mars 1992 précité.

Pendant les périodes d'application des recommandations du Conseil supérieur de l'audiovisuel garantissant l'expression pluraliste des courants de pensée et d'opinion en période électorale, les éditeurs de services de télévision ne doivent pas diffuser de publicités dont le contenu pourrait peser sur le scrutin.

Seraient de nature à peser sur le scrutin, les publicités comportant des références, verbales ou visuelles, à des candidats ou listes de candidats, à la compétition électorale ou aux conséquences possibles de l'élection au plan local, régional ou national.

Ces règles particulières aux périodes électorales seront rappelées par le Conseil supérieur de l'audiovisuel dans chacune de ses recommandations.

## **III – Presse de charme**

Conformément à l'article 15 de la loi du 30 septembre 1986 modifiée, *"le Conseil supérieur de l'audiovisuel veille à la protection de l'enfance et de l'adolescence et au respect de la dignité de la personne dans les programmes mis à disposition du public par un service de communication audiovisuelle"*.

Aux termes de l'article 3 du décret du 27 mars 1992, *"la publicité doit être conforme aux exigences de véracité, de décence et de respect de la dignité de la personne humaine"*. Conformément à l'article 7 dudit décret, *"la publicité ne doit pas porter un préjudice moral ou physique aux mineurs"*.

Si toute publicité en faveur de publications de presse doit satisfaire, tant verbalement que visuellement, ces différents principes, la nature de certaines publications nécessite qu'elles soient soumises à un régime publicitaire particulier. Il en est ainsi des publications à caractère érotique et de celles comportant des images à caractère pornographique.

Le Conseil supérieur de l'audiovisuel considère que toute publicité en faveur d'une publication comportant des images à caractère pornographique est interdite sur un service de télévision non habilité à programmer des œuvres interdites aux mineurs.

Si elle n'a pas fait l'objet d'une interdiction de publicité prévue par l'article 14 de la loi n° 49-956 du 16 juillet 1949 en raison du danger qu'elle pourrait présenter pour la jeunesse, une publication

comportant des images pornographiques peut être promue, entre minuit et cinq heures et sous réserve d'un double verrouillage, sur les services de télévision habilités à programmer des œuvres interdites aux mineurs.

La publicité en faveur de publications à caractère érotique ne comportant aucune image pornographique est autorisée sur les services de télévision autres que ceux destinés à la jeunesse, sous réserve d'être programmée selon les modalités arrêtées par le CSA pour les œuvres interdites aux moins de seize ans, c'est-à-dire après 20 h 30 sur les services de cinéma et de paiement à la séance, après 22 h 30 sur les autres services.

#### **IV – Produits composites**

Le Conseil supérieur de l'audiovisuel avait adopté en 1999 un dispositif encadrant la publicité télévisée en faveur des produits dits "composites", associant une cassette audio ou vidéo, un CD, un jeu vidéo, un CD-Rom ou encore un DVD à un fascicule.

L'ouverture des écrans publicitaires au secteur de la presse rend caduc ce dispositif à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2004.

## **Recommandation du CSA du 19 décembre 2003 relative à la publicité télévisée en faveur de littéraire en faveur du secteur de l'édition littéraire**

Le décret n° 2003-960 du 7 octobre 2003 modifiant le décret n° 92-280 du 27 mars 1992 ouvre, à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2004, au secteur de l'édition littéraire les écrans publicitaires des "services de télévision exclusivement distribués par câble ou diffusés par satellite".

La nécessaire harmonisation avec la réglementation publicitaire qu'implique cette ouverture conduit le Conseil supérieur de l'audiovisuel à préciser, dans le cadre de son pouvoir interprétatif, les conditions dans lesquelles peut s'exercer, sur l'antenne de ces services, la publicité télévisée en faveur du secteur de l'édition littéraire.

Les orientations qui suivent, destinées à éclairer les éditeurs de services de télévision sur les lignes directrices qui guident le Conseil dans sa mission d'application de la réglementation, devront évidemment faire l'objet d'appréciations au cas par cas.

### **I - Secteurs interdits de publicité télévisée**

Les messages publicitaires en faveur de l'édition littéraire doivent intégrer les interdictions d'accès à la publicité télévisée qui frappent certains secteurs, soit pour des raisons tenant à la protection de la santé publique, soit pour préserver la diversité culturelle.

#### ***A/ Protection de la santé publique***

##### **1/ Tabac ou produits du tabac**

En application de l'article L. 3511-3 du Code de la santé publique, est interdite "*la propagande ou la publicité, directe ou indirecte, en faveur du tabac ou des produits du tabac*".

Aux termes du premier alinéa de l'article L. 3511-4 dudit Code, "*est considérée comme propagande ou publicité indirecte la propagande ou la publicité en faveur d'un organisme, d'un service, d'une activité, d'un produit ou d'un article autre que le tabac ou un produit du tabac lorsque, par son graphisme, sa présentation, l'utilisation d'une marque, d'un emblème publicitaire ou un autre signe distinctif, elle rappelle le tabac ou un produit du tabac*".

Conformément au deuxième alinéa de l'article L. 3511-4, ces dispositions ne sont pas applicables "*à la propagande ou à la publicité en faveur d'un produit autre que le tabac ou un produit du tabac qui a été mis sur le marché avant le 1<sup>er</sup> janvier 1990 par une entreprise juridiquement et financièrement distincte de toute entreprise qui fabrique, importe ou commercialise du tabac ou un produit du tabac. La création de tout lien juridique ou financier entre ces entreprises rend caduque cette dérogation*".

Sous cette réserve, devrait être interdite tant la publicité en faveur d'un livre consacré spécifiquement au tabac ou à ses produits que la publicité au bénéfice de tout autre livre dont la couverture ferait référence au tabac ou à des produits du tabac.

N'entrerait pas dans le champ de cette interdiction la publicité pour un livre abordant la question sous un angle critique.



## **2/ Boissons alcoolisées**

Conformément à l'article L. 3323-2 du Code de la santé publique aux termes duquel *"la propagande ou la publicité, directe ou indirecte, en faveur des boissons alcooliques"* est interdite à la télévision et sans préjudice du deuxième alinéa de l'article L. 3323-3 dudit Code qui encadre la propagande ou la publicité indirecte pour un produit autre qu'une boisson alcoolisée, devrait être prohibée tant la publicité en faveur d'un livre consacré spécifiquement aux boissons alcoolisées que la publicité au bénéfice de tout autre livre dont la couverture ferait ostensiblement référence à des boissons alcoolisées ou présenterait sous un jour favorable leur consommation.

N'entrerait pas dans le champ de cette interdiction la publicité pour un livre abordant la question sous un angle critique.

## **3/ Médicaments soumis à prescription médicale**

Aux termes de l'article L. 5122-6 du Code de la santé publique, *"la publicité auprès du public pour un médicament n'est admise qu'à la condition que ce médicament ne soit pas soumis à prescription médicale, qu'il ne soit pas remboursable par les régimes obligatoires d'assurance maladie et que l'autorisation de mise sur le marché ou l'enregistrement ne comporte pas de restrictions en matière de publicité auprès du public en raison d'un risque possible pour la santé publique"*.

En conséquence, à moins qu'elle soit diffusée par un service de télévision accessible aux seuls professionnels de santé, devrait être proscrite tant la publicité télévisée en faveur d'un livre consacré spécifiquement à un médicament soumis à prescription médicale que la publicité au bénéfice de tout autre livre dont la couverture ferait référence à un médicament soumis à prescription médicale.

N'entrerait pas dans le champ de cette interdiction la publicité pour un livre abordant la question sous un angle générique ou critique.

## **4/ Armes à feu**

Aux termes de l'article 5 du décret n° 85-1305 du 9 décembre 1985, *"pour pouvoir faire de la publicité [en faveur des armes à feu et de leurs munitions] en application de l'article 3 de la loi du 12 juillet 1985 précitée, les moyens de communication audiovisuelle qui mettent à la disposition du public par voie hertzienne ou tout autre moyen, qu'il s'agisse de sons, d'images, de documents, de données ou de messages de toute nature, doivent sans préjudice d'autres règles relatives à la publicité dans le domaine de la communication audiovisuelle, consacrer plus d'un tiers de la partie de leurs programmes laissée libre par la publicité à des émissions relatives à la chasse, à la pêche ou au tir sportif"*.

En conséquence, les services de télévision qui consacrent plus d'un tiers de leurs programmes à des émissions relatives à la chasse, à la pêche ou au tir sportif peuvent diffuser des messages publicitaires en faveur de livres consacrés spécifiquement à des armes à feu ou à leurs munitions.

Sur les autres services de télévision, devrait être proscrite tant la publicité en faveur d'un livre consacré spécifiquement à des armes à feu ou à leurs munitions que la publicité au bénéfice de tout autre livre dont la couverture ferait ostensiblement référence à des armes à feu ou à leurs munitions ou présenterait sous un jour favorable leur utilisation.

## **B/ Cinéma**

Les messages publicitaires en faveur du secteur du cinéma, à l'exception de ceux diffusés dans les programmes faisant l'objet de conditions d'accès particulières des services de cinéma distribués par câble ou diffusés par satellite ou par voie hertzienne terrestre en mode numérique, sont interdits par voie télévisuelle.

En conséquence, devrait être proscrite la publicité pour un livre consacré spécifiquement à un film en cours d'exploitation en salles ou sur le point de l'être.

N'entrerait pas dans le champ de cette interdiction la publicité en faveur d'un livre consacré ou émanant d'une personnalité du secteur du cinéma, qui serait exempte de toute référence expresse à un film en cours d'exploitation ou sur le point de l'être.

## **II – Publicité pouvant présenter un contenu politique**

Aux termes de l'article 14 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 modifiée, *"les émissions publicitaires à caractère politique sont interdites"*. En application de l'article 5 du décret n 92-280 du 27 mars 1992, *"la publicité ne doit contenir aucun élément de nature à choquer les convictions religieuses, philosophiques ou politiques des téléspectateurs"*.

Sous réserve de leur contournement manifeste, ces dispositions ne semblent pas faire obstacle à la publicité pour un livre émanant d'une personnalité politique ou consacré à une personnalité, un événement, un parti ou un groupement politique, dans le respect des dispositions de l'article 5 du décret du 27 mars 1992 précité.

Pendant les périodes d'application des recommandations du Conseil supérieur de l'audiovisuel garantissant l'expression pluraliste des courants de pensée et d'opinion en période électorale, les éditeurs de services de télévision ne diffusent pas de publicités en faveur de livres rédigés par une personnalité politique ou qui lui sont consacrés, quel qu'en soit le titre ou le contenu, ni de publicités en faveur de livres dont le titre ou le contenu est lié au scrutin concerné.

Ces règles particulières aux périodes électorales seront rappelées par le Conseil supérieur de l'audiovisuel dans chacune de ses recommandations.