

10 – MEDIAS 2

Michel Berne, Charles-Henri Froment, Sébastien Nini

Télévision

En 2005, le Paf, le paysage audiovisuel français, a été profondément bouleversé avec notamment la fusion TPS / CanalSat, la commercialisation de la TNT ou bien le développement colossal de la vidéo à la demande. Voici un aperçu des faits marquants de cette année 2005.

La TNT, entre en scène

Ca y est, c'est fait !!! La TNT (Télévision Numérique Terrestre) a débarqué en France après de longues années de débats, controverses et âpres négociations (on se rappelle de l'opposition de TF1 au projet). Et n'en déplaît aux pessimistes, la TNT est un « *triple succès, technique, de communication et commercial* », selon Olivier Gerolami, délégué général du Groupement *Télévision numérique pour tous*. En effet, à la fin de l'année 2005, environ 1,3 million de foyers avaient adopté la TNT. Ces chiffres sont supérieurs aux prévisions et l'on prévoit 1,5 million d'adaptateurs supplémentaires vendus en 2006.

Le mouvement s'amplifie grâce à l'amélioration de la couverture. Fin 2005, 50 % de la population est couverte officiellement (soit 11,8 millions de foyers) alors que 68 % de la population le sera en octobre 2006 et 85 % en 2007. Les pouvoirs publics ont réaffirmé leur ambition d'atteindre rapidement 100 % du territoire, évoquant la possibilité d'une diffusion satellitaire pour toucher les endroits les plus difficiles à atteindre par voie hertzienne.

En ce qui concerne les chaînes diffusées sur la TNT, on en compte 18 gratuites (14 initialement, rejointes en octobre 2005 par i>télé, Europe 2 TV, Gulli et BFM TV). Sur le plan des programmes, ces nouvelles chaînes n'ont pas amené de bouleversements, à l'exception peut-être de Direct 8 qui a eu du mal à stabiliser son fonctionnement basé sur le direct.

La Commission européenne a demandé aux Etats-membres d'arrêter la télévision analogique (*switch-off*) en 2012.

Les chaînes de la TNT

France 2, France 3, France 5, Arte

LCP-AN & Public Sénat

Canal + (programmes en clair), M6, TF1, TMC

Les nouvelles chaînes

BFM TV (information, Nextradio)

Direct 8 (tout en direct, Bolloré)

Europe 2 TV (musicale, Lagardère)

France 4 (remplace Festival)

i>Télé (information, Canal Plus)

Gulli (enfants, Lagardère-France Télévisions)

NRJ 12 (musicale, NRJ)

NT1 (fiction, AB)

W9 (musicale, M6)

TNT payante (à partir de 2006)

10 chaînes (AB1, Canal J, Canal+ cinéma, Canal + sport, Eurosport, LCI, Paris
Première, Planète, TF6)

Après ces premiers succès, les chaînes de la TNT vont devoir prouver leur viabilité économique : le groupe Bolloré a donné douze ans à sa chaîne Direct8 pour parvenir à l'équilibre et le groupe NRJ a fixé à 10 M€ le plafond de pertes qu'il est prêt à assumer pour NRJ 12. Néanmoins, la position des nouvelles chaînes de la TNT sur le marché publicitaire reste à établir car elles ne disposent pas d'une mesure d'audience fiable. Mais, fin 2005, l'humeur était à l'optimisme.

La TNT ailleurs en Europe

Si le démarrage de la TNT en France a été le plus rapide d'Europe, c'est peut-être parce qu'il a été tardif. Il ne faut pas oublier la faillite, en mai 2002, d'ITV Digital, le premier bouquet de chaînes TNT payant lancé en 1998 en Grande-Bretagne. Consécutivement à cet échec, il avait été décidé de lancer un bouquet gratuit avec, pour

L'année des TIC 2005 :

Télécom - Electronique - Informatique - Médias - Internet

fer de lance, la BBC et ses chaînes numériques. BSkyB est associé à cette TNT nouvelle version. En vingt-huit mois d'existence, cette offre baptisée Freeview (32 chaînes de télévision, 23 radios numériques) a suscité un vrai enthousiasme. En 2005, la télévision numérique touche plus d'un foyer anglais sur deux et progresse deux fois plus vite sur le réseau hertzien que sur le satellite et le câble.

Outre-Rhin, Berlin et sa région prétendent être la première zone au monde où l'analogique a été définitivement remplacé par le numérique pour la transmission terrestre, depuis août 2003. Les antennes se restreignent désormais à la diffusion d'un seul bouquet numérique, gratuit, de 24 chaînes, dont les chaînes publiques. En effet, la rareté des fréquences disponibles a interdit de maintenir pendant un temps une double diffusion, analogique et numérique. Le bassin de la Ruhr et l'agglomération de Cologne, la région la plus peuplée d'Allemagne, ont été desservis en 2005. La Bavière doit bientôt suivre. La quasi-totalité du territoire doit l'être à l'horizon 2010. Fin 2005, 1,7 million d'adaptateurs TNT avaient été vendus en Allemagne.

En Espagne, après l'échec du premier bouquet Quiero TV, un lancement a eu lieu à nouveau à l'automne 2005 avec 20 chaînes gratuites.

En Italie, la TNT s'est lancée avec le football. En effet, Mediaset, le groupe de médias fondé par Silvio Berlusconi, et Telecom Italia ont retransmis des rencontres de première division de football. Et ce, dans le but de défier le monopole de la télévision à péage SkyItalia.

Depuis 2005, la redevance audiovisuelle est payée en France avec la taxe d'habitation. Cette manœuvre aurait permis de récolter 90 millions d'euros de plus qu'en 2004 avec l'ancien système de taxe séparée. Mais au final, le surplus ne serait que de 15 M€ par rapport à ce qui était prévu par la Loi de finances.

Les grandes chaînes généralistes

Dans ce paysage qui bouge très vite, il est évident que les grandes chaînes hertziennes se sentent bousculées. Les audiences sont mécaniquement en baisse et les recettes publicitaires aussi. TF1, qui n'avait pas voulu de la TNT, a fait contre mauvaise fortune bon cœur et essayé, sans succès, de s'étendre en Allemagne (voir plus loin). Comble de malheur, l'action TF1 a été évincée du CAC40 par celle d'EDF. France Télévisions a connu un changement de président (Patrick de Carolis remplaçant Marc Teissier) et une remise à plat générale de sa stratégie. Mais c'est M6 qui a pris le virage le plus important : arrivée en grand du foot, rachat du site de vente en ligne mistergooddeal et annonce d'un vrai journal télévisé à 13 heures pour 2006. l'ancienne « petite chaîne qui

monte » est devenue un grand groupe qui ne peut plus se contenter de sa stratégie de contre-programmation et qui se lance dans une attaque frontale de TF1 et France 2.

Chaînes d'information internationales

La CFII (chaîne française d'information internationale) semble enfin sur la bonne voie, avec la mise en place d'une structure opérationnelle sous la cotutelle de France Télévisions et de TF1. Le démarrage est prévu en 2006, mais le budget cette année-là (65 millions d'euros) ne permettra pas de concurrencer tout de suite CNN, qui a un chiffre d'affaires de presque 900 M\$ par an et 4000 salariés ! Avec ses 130 journalistes, la CFII émettra en français, et partiellement en anglais, arabe et espagnol. Ce démarrage rend en tout cas incertain l'avenir de la chaîne mondiale francophone TV5, rebaptisée TV5 Monde début 2006, malgré une offre fortement musclée en programmes d'information.

La concurrence va donc faire rage dans le domaine de l'information internationale en continu, puisqu'on annonce aussi la création d'une version anglaise de Al-Jazira. La chaîne qatarie, qui se développe à toute vitesse, a aussi lancé avec le groupe Lagardère une chaîne pour enfants en septembre 2005.

Fusion TPS/CanalSat : fin de l'exception française

Dans le contexte que nous venons de décrire, c'était presque devenu inévitable. Le 16 décembre 2005, Vivendi Universal, TF1 et M6 ont officiellement annoncé un projet de rapprochement des activités de télévision payante en France du Groupe Canal Plus et de TPS dans un ensemble contrôlé par Vivendi Universal. A l'issue de cette manœuvre, ce nouvel ensemble devrait être détenu à 85 % par Vivendi Universal, 9,9 % par TF1 et à 5,1 % par M6 et pèsera désormais plus de 6,6 millions d'abonnés. Le groupe Lagardère, actionnaire de CanalSat à hauteur de 34 %, est également invité à entrer dans la nouvelle structure. A titre de comparaison, BskyB, le leader de la télévision payante en Angleterre, compte déjà 8 millions d'abonnés.

Cette fusion entre les bouquets TPS et CanalSat (anciennement CanalSatellite) semblait inéluctable et était réclamée de tous. En effet, alors que la plupart des pays européens ne comptent plus qu'un seul bouquet, les téléspectateurs français assistent depuis de nombreuses années à une guerre sans merci entre les plate-formes satellitaires TPS et CanalSat. A moyen terme, cette fusion des deux bouquets va complètement

changer la donne pour les chaînes thématiques, souvent liées à l'un ou l'autre des bouquets, et peut-être même signaler le vrai démarrage d'un mouvement de consolidation de l'offre de programmes. Quelques chaînes ont déjà disparu en 2005, dont Match TV, « la chaîne de toutes les stars » qui n'avait jamais trouvé un bon positionnement.

Cette annonce de fusion est intervenue alors que CanalSat et TPS traversent une passe délicate : l'attribution des droits de diffusion du football national a affaibli les deux bouquets : Canal Plus, qui avait gagné la bataille, devait payer une titanesque facture de 600 M€ par an, alors que le perdant, TPS, voyait ses abonnements stagner.

Les chaînes thématiques

L'offre continue de croître avec l'arrivée de la TNT et une politique agressive des fournisseurs de programmes étrangers. A la rentrée 2005, CanalSat alignait 290 chaînes et services. On note :

- L'encombrement du côté des chaînes pour enfants, évidemment lié à la concurrence CanalSat-TPS. Il y en a 18, dont les dernières sont Nickelodeon (MTV) sur CanalSat et Gulli (Lagardère-France Télévisions). Gulli est la première chaîne gratuite pour enfants sur la TNT. Ses premiers résultats sont prometteurs. On a même lancé Baby TV pour les moins de trois ans sur TPS.
- De même pour l'information en continu : i>Télé (Canal Plus) et BFM se disputent le marché de la TNT gratuite alors que LCI, du groupe TF1, est en diffusion payante.
- Le développement lent et régulier de chaînes locales hertziennes. Fin 2005, on en comptait une quinzaine en exploitation en métropole, et de nombreux projets étaient lancés dans le cadre du déploiement de la TNT. Il y a aussi 115 chaînes locales ou associatives sur le câble. Le CSA doit lancer en 2006 un appel d'offre pour Paris, qui est la zone la plus convoitée.

L'arrivée en force de l'offre américaine : SciFi, (NBC) ou Discovery Real Time, Foxlife, Nickelodeon, MTV Pulse, MTV Idols... Certaines chaînes, émises depuis Londres, sont soumises à une simple déclaration au CSA et n'ont pas à suivre la réglementation française. Par exemple, elles diffusent des films le samedi soir, ce que ne peuvent pas faire les chaînes basées en France.

Les programmes en 2005

2005 n'est pas une grande année pour les programmes. Bien sûr, le lancement de la chaîne du « direct », Direct8 sur la TNT a été un mini-événement, mais le concept doit encore être rodé.

Côté télé-réalité, il y a toujours de nouveaux concepts comme celui du coach (illustré par Super Nanny sur M6) ou des déclinaisons de la recherche du conjoint (Mon incroyable fiancé, TF1) Toutefois, Endemol, producteur qui est spécialiste du genre déclare préparer l'après télé-réalité. De plus, les lendemains de ces programmes ne sont pas toujours roses. Ainsi, un concurrent de l'île de la tentation (TF1) a fait requalifier par un tribunal sa participation à l'émission en contrat de travail, une évolution qui pourrait signifier la mort ou la transformation du genre.

La fiction revient donc en faveur. Signalons le succès très important de la série américaine d'ABC, Desperate Housewives, sur Canal Plus ou de la « saga de l'été » Dolmen sur TF1.

A l'étranger, le scandale est venu des Pays-Bas avec deux programmes. Spuiten en Slikken (« se piquer et avaler » sur la chaîne publique NT2) montre de très périlleuses expérimentations en matière de sexe, drogue et alcool tandis que Big Brother suit un accouchement.

Signalons pour terminer que l'Institut national de l'audiovisuel a entamé un vaste plan de sauvetage de ses archives audiovisuelles. D'ici à 2015, l'ensemble sera numérisé et l'INA archivera 500 000 heures de nouveaux programmes par an. Il s'agit d'un travail urgent : d'ici à 2015, selon Emmanuel Hoog¹, le président de l'INA : « 80 % du patrimoine audiovisuel mondial auront disparu. Seule la France se donne les moyens de sauvegarde de 100 % de ses archives ».

Et par ailleurs :

- La haute définition arriverait en grand en France en 2007. TPS prévoit un lancement dès 2006 à l'occasion de la Coupe du monde de football. Le bouquet numérique allemand Premiere, concerné bien sûr par cet événement, s'est lancé cette année dans cette technologie avec trois programmes. Un million d'Américains reçoivent déjà la TVHD.

¹ *Le Figaro*, 16-12-2005.

L'année des TIC 2005 :

Télécom - Electronique - Informatique - Médias - Internet

- La RATP teste la télévision dans les bus et les rames de métro. Un service similaire existe dans certains taxis à Paris.

A l'étranger

Le cadre juridique de la télévision dans l'Union européenne est fixé par la directive « Télévision sans frontières ». Une proposition de révision a été présentée par la Commission européenne en 2005. Elle distingue les services « linéaires » (*broadcast* classique) des « non-linéaires » (interactifs). Ces derniers ne seront soumis qu'à un ensemble minimal de règles.

La Commission européenne a renoncé à attaquer le régime français de la redevance audiovisuelle. Mais elle a condamné le dispositif néerlandais pour concurrence déloyale vis-à-vis des chaînes privées.

L'audience des chaînes en France en 2005

<i>Part d'audience</i>		<i>MediaCabSat</i>	<i>MediaMat</i>
1	TF1	25,3	32,3
2	France 2	14,0	19,8
3	France 3	8,9	14,7
4	M6	8,9	12,6
	France 5	1,3	6,7 (jour)
	Canal +	4,6	3,6
	Arte		3,7 (soir)
	TPS Star	2,8	
	TF6	2,7	
	13 ^{ème} Rue	2,4	
	RTL9, Eurosport	2,1	
	Autres chaînes		3,4

Sources : MédiaCabSat Médiamétrie décembre 2004-juin 2005

Médiamat annuel, <http://www.mediametrie.fr>

MediaCabSat; parts d'audience, 4 ans et plus, quart d'heure moyen

MediaMat : part d'audience, moyenne annuelle, 4 ans et plus

Plus fortes audiences de l'année. Sur les 100 premières :

	<u>2005</u>	<u>2004</u>	<u>2003</u>	<u>2002</u>	<u>2001</u>	<u>2000</u>
TF1	97	89	95	95	92	91
France 2	3	9	4	5	7	8
France 3	0	2	1	0	1	1

Plus fortes audiences 2005 : Football (France Chypre, TF1)
Dolmen (TF1), Journal de 20 h (TF1)

Source : Médiamétrie

En Allemagne, le rachat du groupe ProSiebenSat1 tourne au cauchemar. Il était mis en vente par le groupe Saban qui l'avait racheté depuis le démantèlement du groupe Kirch en 2002. Springer, qui avait fait une offre de 4,1 milliards d'euros, a été recalé par l'Office anticartel ; TF1 s'y intéresse aussi, sans conclure. Finalement, il ne sera pas vendu. Par contre, un autre fleuron de l'ancien empire Kirch, le bouquet satellite allemand Premiere est introduit en bourse avec succès pour 1,2 milliards d'euros.

En Italie, le président du Conseil, Silvio Berlusconi, ne garde que 34 % de son groupe de télévision Mediaset (holding Fininvest dont sa fille Marina prend la présidence).

Crise dans les chaînes publiques en Espagne, au Japon, aux Etats-Unis, en Belgique et aux Pays-Bas, etc. La BBC prévoit de supprimer 3780 emplois en trois ans.

Enfin, le Venezuela, associé à Cuba, l'Argentine et l'Uruguay, a lancé Telesur, chaîne à destination de l'Amérique latine destinée à contrer CNN.

La Vidéo à la demande, un marché d'avenir

Parallèlement au phénomène croissant de *podcasting* concernant les fichiers audio ou programmes radio, c'est le contenu sous format vidéo qui devient l'objet d'une commercialisation à l'unité : la *Video On Demand* (VOD), qui a commencé aux Etats-Unis. D'autres informations sur la VOD sont données dans la section «téléchargement» et dans la section «cinéma» de ce chapitre.

Le cinéma traverse une période difficile : baisse généralisée de la fréquentation des salles – alors que le nombre et le budget des films produits augmentent, craintes liées au piratage et passage à la technologie numérique.

Fréquentation des salles en baisse, production en hausse

La fréquentation des salles de cinéma avait connu des résultats particulièrement flamboyants en 2004 : avec 194 millions de spectateurs, ils rejoignaient ceux de 1984, c'est-à-dire une époque où la télévision payante était encore inconnue en France. En revanche, en 2005, ils sont descendus à 174 millions (moins 10 %). La même évolution est constatée dans les grands pays européens et aux Etats-Unis. Comme le demande Thomas Sotinel, le critique du *Monde* : «Et si le cinéma quittait la salle ? »².

Pour le cinéma américain, cette désaffection est due à la concurrence d'Internet, aux jeux vidéo et aux DVD, en version légale ou piratée. Brandon Gray, président et éditeur du site de référence Box Office Mojo³, a un avis tranché sur le sujet : « *Le cinéma a toujours eu de la concurrence. La véritable raison est plus simple et plus difficile à affronter : le public est las de films ennuyeux et mauvais. A force de suivre les tendances*

² *Le Monde*, 15-10-05.

³ <http://www.boxofficemojo.com>

L'année des TIC 2005 :

Télécom - Electronique - Informatique - Médias - Internet

au lieu de les créer, Hollywood n'a plus de vision à long terme. Il est temps de se pencher à nouveau sur l'art d'inventer des histoires. »

Paradoxalement, le nombre de films augmente. Le Centre national de la cinématographie en a agréé 240 en 2005, contre 203 en 2004. En dix ans, le nombre de films produits en France a augmenté de 40 %. Et le nombre de films montrés en salle, chiffre plus significatif encore, croît aussi. Il est devenu courant qu'une douzaine de films nouveaux apparaisse sur les écrans français chaque semaine. Il est clair qu'un tel encombrement des écrans ne peut que se traduire par une très rapide carrière en salle de la plupart des films, voués à des vies ultérieures à la télévision ou en DVD. D'ailleurs, les Français ont acheté 142 millions de DVD en 2005 (+17 % en un an), mais leur prix a baissé en France (16 % à moins de 3 €) selon GfK.

Le budget des films augmente aussi. Le film le plus cher de 2005 est *King Kong*, aux recettes décevantes malgré son coût de 207 M\$. En France, la palme revient à *Oliver Twist* (50 M€) suivi des *Bronzés 3* (35 M€).

La seule consolation de cette année est le fait que les films français se sont très bien exportés en 2005 : ils ont eu plus de spectateurs à l'étranger qu'en France. *La marche de l'Empereur* a ainsi eu plus de 16 millions de spectateurs hors de notre pays.

WWW.OSTIC.INFO

Télécommunications ~ Électronique ~ Informatique ~ Médias ~ Internet ~ Applications

Ce document est sous licence creative commons

**OSTIC
2005**



La vidéo à la demande (*Video on demand, VOD*)

Longtemps inaccessible pour des raisons techniques et économiques, la VOD devient courante. Voici quelques développements de 2005.

- NBC Universal a signé un accord avec le câblo-opérateur Time Warner pour proposer un accord de vidéo à la demande dans un nouveau service appelé Start Over.
- Apple a lancé iTunes Video.
- Le groupe Walt Disney et sa chaîne hertzienne ABC, ainsi que les deux réseaux concurrents de cette dernière, CBS et NBC, ont annoncé des offres à la demande pour 99 ¢ par programme acheté à l'unité (contre 1,99 \$ actuellement chez Apple). CBS s'est associé au câblo-opérateur Comcast, alors que DirecTV collabore avec NBC.
- Quant au portail Internet AOL.com, il proposera gratuitement, à partir de début 2006, des milliers d'épisodes de séries américaines dans le service In2TV. Les épisodes, diffusés intégralement sous un nouveau format vidéo de qualité DVD baptisé AOL Hi-Q, proviendront de l'immense catalogue des studios Warner Bros.
- Enfin, la chaîne américaine d'info CNN a annoncé le lancement de *CNN Pipeline*, un site de vidéo à la demande. Après paiement d'un abonnement, les programmes en direct sont disponibles mais également les archives de la chaîne et les séquences d'informations du monde entier. Ce site est opérationnel dans 25 pays.
- Au Japon, la société Space communications propose depuis novembre une nouvelle plate-forme de vidéo à la demande haut débit *Hit download* à destination des fournisseurs d'accès à Internet disposant de boucles locales FTTH pour leur permettre de revendre du contenu à leurs clients.
- Au Royaume-Uni, la BBC a mis en place une plateforme de vidéo à la demande, accessible seulement depuis l'Angleterre et sur invitation. Le service propose les programmes des 7 derniers jours de la chaîne (TV et radio).
- En France, M6 a déjà une plateforme de VOD avec IperCast, qui a fait l'objet d'un dépôt d'un nom de domaine : m6vod.fr. Et France 2 a inauguré son service de VoD avec sa fiction *Les rois maudits*.
- Enfin, Free s'est associé avec le groupe Canal+ pour lancer le plus grand catalogue de cinéma disponible sur le marché de la vidéo à la demande. Par le biais de sa *Freebox TV*, le téléspectateur peut accéder au portail interactif *Canalplay* du groupe Canal+. Pour le lancement de l'offre (les 100 000 premiers films), Free permet le téléchargement de films à 1,99 € l'unité (contre 3 à 5 € aux tarifs habituels) et ce, pour une détention de 24 h. A la fin de l'année 2005, le catalogue de programmes devait compter plus de 700 films et devrait s'enrichir de plusieurs milliers de références en 2006.