

### Organisation institutionnelle du secteur audiovisuel public

#### **Cadre législatif et réglementaire**

L'organisation des services audiovisuels allemands est régie par la Constitution qui fait de la liberté de radiotélédiffusion un droit fondamental. La Constitution établit un partage des compétences entre le Bund et les Länder : le Bund est compétent en matière de télécommunications (gestion et entretien des infrastructures de transmission) et les Länder sont compétents, notamment pour la culture et les médias et par conséquent pour les programmes véhiculés par ces infrastructures.

Un accord-cadre, le traité d'Etat sur la radiodiffusion (Rundfunkstaatsvertrag), est négocié de manière régulière par les Länder avec le Bund. Ce texte constitue la base juridique de l'organisation et du financement de l'audiovisuel public et privé en Allemagne. Il permet une harmonisation minimale du droit des Länder dans les questions essentielles du système de la radiotélédiffusion. Sa première partie concerne les dispositions générales telles que la protection des mineurs, le droit à l'information, les contenus publicitaires et les conditions du parrainage. Sa deuxième partie concerne le financement grâce aux redevances, les recettes, les modalités de diffusion de publicité, la compétence pour la définition des programmes. La troisième partie concerne les chaînes privées.

#### **Objectifs des chaînes publiques, nature de leurs obligations de service public**

La mission des chaînes est définie soit par la loi du Land pour les chaînes régionales, soit par un traité d'Etat (ZDF ou chaîne commune à plusieurs Länder). Elle doit assurer la liberté d'expression.

#### **Statut et actionnariat des sociétés de l'audiovisuel public**

Il existe 4 types de chaînes publiques :

- ARD, première chaîne à couverture nationale dont le programme unique est en fait réalisé par les établissements des troisièmes chaînes des Länder. Elle n'a pas de personnalité juridique propre. Comme l'indique son nom, il s'agit en fait d'une « communauté de travail des organismes de radiodiffusion de droit public d'Allemagne » ;
- ZDF, deuxième chaîne à couverture nationale. Organisme de droit public, son statut et sa structure découlent d'un traité d'Etat signé entre les différents Länder. Son siège se situe à Mayence tout comme son principal site de production ;
- Les « troisièmes chaînes » (au nombre de 10) ont une vocation régionale. Leurs programmes complets sont diffusés dans l'ensemble du territoire allemand sur les réseaux câblés et par satellite. Organismes de droit public, leurs statuts et leurs structures découlent, soit des lois des Länder respectifs, soit de traités d'Etats pour les Länder qui ont fusionnés leurs établissements de radiotélédiffusion ;
- ARD (ou les troisièmes chaînes regroupées au sein de l'ARD) et ZDF contrôlent et financent également plusieurs chaînes thématiques, dont la chaîne franco-allemande ARTE.

De par leur caractère, ces établissements ne peuvent pas faire faillite. Ils sont dotés de l'autonomie éditoriale, administrative et financière.

#### **Gouvernance de ces sociétés : composition des conseils d'administration, modalités de nomination des administrateurs et des mandataires sociaux, ministères de tutelle**

Un directeur général (Intendant), seul responsable des programmes diffusés, dirige l'établissement public de radiotélédiffusion. Ses activités sont contrôlées par deux organes, un comité de direction, souvent appelé « conseil d'administration » (Verwaltungsrat), qui contrôle l'administration et les finances et un comité de contrôle des programmes chargé de veiller au respect des orientations

concernant les programmes. Celui-ci doit garantir la diversité des opinions et est composé des représentants de tous les groupes sociaux importants (partis politiques, syndicats, communautés religieuses, associations, ...).

- La présidence de l'**ARD** est assurée, à tour de rôle, par les directeurs (« Intendanten ») des sept établissements les plus importants, c'est-à-dire les donateurs les plus importants dans la péréquation financière. L'Intendant assure l'exécutif de l'établissement : il en est l'administrateur et le gestionnaire tout en portant la responsabilité éditoriale des programmes. Il est garant devant la collectivité de l'équilibre représentatif des contenus des programmes et se trouve donc soumis au contrôle de la collectivité par l'intermédiaire du Conseil de la radiotélédiffusion.
- La présidence de la **ZDF** est assurée par un intendant élu pour 5 ans par le conseil de l'audiovisuel (Fernsehrat). L'intendant représente la ZDF à l'extérieur et est responsable de la gestion et de la programmation de la chaîne. Il nomme le directeur des programmes, le rédacteur en chef et le directeur administratif en accord avec le conseil d'administration. Le conseil audiovisuel conseille l'intendant dans le choix et les lignes des programmes. Ce conseil est composé de 77 membres représentatifs de la société : un représentant de chaque Land, douze représentants pour les partis politiques, des représentants des différentes religions, des syndicats, des associations... Le conseil d'administration contrôle les activités du président, essentiellement dans le domaine financier. Il compte 14 membres : 5 représentants des Länder, un représentant de l'état fédéral et 8 autres membres élus par le conseil audiovisuel parmi les membres d'un gouvernement ou d'une instance législative des Länder.

### **Forme et modalités d'exercice de la tutelle de l'Etat sur ces sociétés**

Le principe de liberté des médias vis-à-vis de l'Etat, adopté dans l'immédiat après-guerre, interdit aux organismes publics d'exercer une influence directe ou indirecte sur le contenu des programmes radiodiffusés et limite de fait toute forme de tutelle administrative et financière. Cette limitation est renforcée par le partage des compétences fédérales et les processus décisionnels.

### **Organisme de régulation du secteur**

Les établissements publics sont soumis au contrôle interne d'un organe de surveillance (cf. 1.4). Ils ne sont pas soumis à la régulation par les autorités des médias des Länder (Landesmedienanstalten), compétentes exclusivement pour les chaînes privées.

### **Modalités de financement de l'audiovisuel public**

La commission qui centralise les résultats financiers (KEF, voir ci-après) communique les statistiques dans ses rapports ; son dernier rapport date de décembre 2003, le prochain paraîtra en janvier 2006. Les chiffres ci-dessous sont extraits du rapport de décembre 2003.

Pour information, le montant unitaire de la redevance a évolué comme suit :

<i>(en eurs)</i>	1953	1970	1974	1979	1983	1988	1990	1992	1997	2001	2005
Redevance de base	1,02	1,28	1,53	1,95	2,58	2,64	3,07	4,22	4,83	5,32	5,52
Redevance télévision	2,56	3,07	3,84	4,70	5,73	5,85	6,64	7,95	9,61	10,83	11,51
Redevance totale	3,58	4,35	5,37	6,65	8,31	8,49	9,71	12,17	14,44	16,15	17,03

### **Description des relations financières avec l'Etat**

Le rôle central revient à la Commission indépendante chargée de déterminer les besoins financiers des radios et télévisions publiques (KEF, *Kommission zur Überprüfung und Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten*), fondée en 1975 par décision des ministres-présidents (chefs de gouvernement) des Länder. Elle est composée de seize experts indépendants, nommés pour cinq ans par les ministres présidents des Länder (un par Land). Cinq experts sur les seize sont à choisir parmi les membres des cours des comptes des Länder. Suite à une décision de la Cour constitutionnelle fédérale de février 1994, la procédure de fixation de la redevance a été révisée et définie légalement dans un traité d'Etat (*Rundfunkgebührenstaatsvertrag*), modifié en dernier lieu en octobre 2004.

Les établissements publics de radio-télévision communiquent leurs données comptables et leurs prévisions de comptes d'exploitation et d'investissement à la Commission. Celle-ci établit une proposition fondée sur un rapport très détaillé (le dernier rapport, de décembre 2003, comprend 341 pages). Le montant de la redevance est fixé par la conférence des ministres-présidents des Länder et approuvée par les Parlements régionaux.

Les établissements publics ont un droit constitutionnel au financement par la redevance. Celle-ci constitue l'essentiel des moyens des établissements publics de radio-télévision : voir plus haut, 84% des recettes prévisionnelles 2005/2008.

### **Règles encadrant la diffusion d'écrans publicitaires**

La publicité ne doit pas dépasser 20 minutes par jour. Elle est interdite après 20 heures et totalement les jours fériés. Les émissions de publicité avec offre de vente immédiate aux consommateurs (téléshopping) ne sont pas autorisées sur les télévisions publiques.

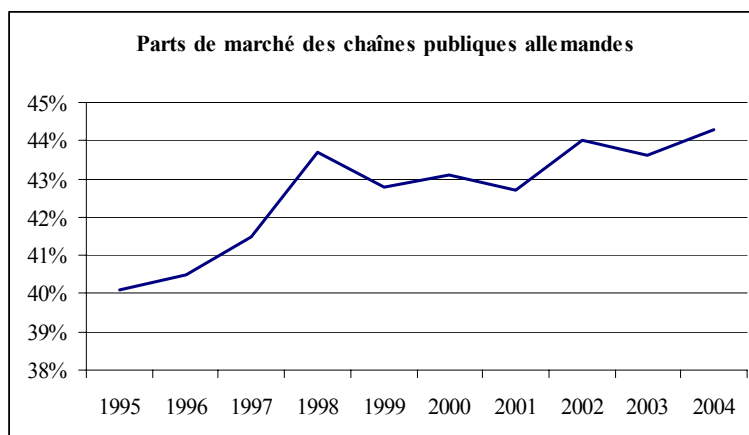
### **Budget et modalités de financement de l'audiovisuel public extérieur**

L'émetteur à destination de l'étranger « Deutsche Welle », qui fait partie de l'ARD, perçoit une subvention annuelle (en application de la loi sur l'émetteur allemand à destination de l'étranger du 16 décembre 1997), inscrite au budget de la chancellerie fédérale, qui prévoit également une subvention pour investissement en matériel.

### **Stratégie et positionnement des chaînes publiques**

#### **Poids des chaînes publiques en termes d'audience**

Il existe 23 chaînes publiques et 65 chaînes privées à diffusion supra-régionale en Allemagne. Le poids des chaînes publiques est relativement important puisqu'elles détiennent, ensemble, 45% de parts de marché. Les deux premières chaînes publiques à diffusion hertzienne en couverture nationale, ARD et ZDF, détiennent ensemble une part de marché de 27,5%.



### **Positionnement stratégique par rapport aux chaînes privées, spécificité du service public en matière de programmes (production, contenus, grilles de programmes, supports de diffusion)**

Les programmes des chaînes publiques se caractérisent par une faible diffusion de séries américaines au profit de productions nationales qui continuent à attirer un large public (séries policières comme *Tatort* avec près de 8 millions de téléspectateurs ou *Adelheid* sur ARD avec 5 à 6 millions de téléspectateurs en moyenne). Elles produisent également des émissions de divertissements populaires et anciennes. Diffusée en prime time, l'émission « *Wetten, dass... ?* » atteint ainsi jusqu'à 16 millions de téléspectateurs. En vertu du traité d'Etat sur la radiotélédiffusion, les émissions de télé-achat sont interdites aux chaînes publiques.

Les chaînes publiques sont présentes sur l'ensemble des supports de diffusion satellite, câble, Hertzien. A ce jour, la télévision via ADSL n'est pas réellement développée en Allemagne (ni pour le secteur public, ni pour le privé) et, bien que le pays soit très bien équipé en lignes ADSL (4,3 millions de lignes début 2004), aucun projet à grande échelle ne semble envisagé à court terme. L'existence d'une forte concurrence du réseau câblé TV notamment, dont la numérisation se réalise progressivement et qui représente aujourd'hui 56 % du marché de la télévision, réduit en effet le périmètre de l'expansion commerciale de cette nouvelle technologie.

La Télévision Numérique Terrestre a été introduite en Allemagne le 1er novembre 2002 dans l'agglomération berlinoise et étendue progressivement à d'autres régions allemandes depuis 2004. Les deux chaînes publiques sont présentes.

### **Stratégie de diversification et d'adaptation aux évolutions technologiques**

**Bouquets numériques :** Les deux grandes chaînes publiques ont lancé des bouquets numériques, non codé et sans frais d'abonnement supplémentaires : ARD Digital en 1997 ; ZDFVision en décembre 1999 avec sa première chaîne numérique ZDFTheaterkanal. Suivent plus tard les chaînes ZDFInfo et ZDFDoku. **Internet :** ZDF a mis en ligne son premier site Internet d'information en 1997. En 1999, ARD a mis en place une équipe de rédaction dédiée pour son nouveau site Internet. **Offre mobile :** ZDF a lancé une offre mobile d'émissions pour ordinateurs portables, téléphones mobiles et agendas électroniques (« Organizers ») en 2003. **Télévision terrestre numérique :** ZDF et ARD ont accompagné l'introduction de la télévision terrestre numérique à Berlin en 2002.

### **Poids des produits dérivés dans le modèle économique de ces sociétés**

La part des produits dérivés est négligeable dans les ressources des sociétés publiques.

### **Rôle des opérateurs du câble ou du téléphone (ou des groupes multimédias intégrés) dans la télévision**

Kabel Deutschland détient une position majeure dans le réseau câblé allemand, mode de diffusion qui détient une part de marché de 56 %. Cet opérateur, détenu par un groupe américain privé, pourrait lancer ses propres chaînes de télévision.

Plusieurs opérateurs téléphoniques (Arcor, Hansenet, Deutsche Telekom par le biais de T-Online) interviennent dans la télévision uniquement en ce qui concerne l'offre de Video-on-Demand. Le nombre total de clients allemands du service VoD sur ADSL peut être estimé à quelques dizaines de milliers, en considérant que le principal acteur du marché, le groupe de téléphonie Arcor, en compte aujourd'hui environ 30 000.

### **Spécificités des sociétés de service public par rapport aux chaînes commerciales en matière d'information, de d'émissions de télé-réalité ...**

Les chaînes publiques sont reconnues pour leur approche neutre, moins commerciale et moins vendeuse que celle des chaînes privées lors de la restitution des informations. Ainsi, pour rapporter l'ouverture du salon des TIC CEBIT à Hanovre, l'accent est placé sur les innovations technologiques ou les politiques gouvernementales en la matière, plutôt que sur les marques, les produits et leurs prix. L'ARD et la ZDF disposent de larges réseaux de correspondants et de leurs propres studios dans de nombreux pays.

Il n'y a pas actuellement de diffusion d'émissions de télé-réalité sur les chaînes publiques. La deuxième chaîne ZDF avait tenté l'adaptation d'une émission dont le concept ressemblait fortement à « Star Academy », émission diffusée d'ailleurs sur une chaîne privée. Cette expérience semble avoir été abandonnée entre-temps.

### **Stratégie du gouvernement à l'égard de l'audiovisuel public**

Une stratégie d'évolution est fortement limitée en raison des principes constitutionnels, des compétences fédérales et des processus décisionnels.

Les débats publics actuels concernant certaines pratiques publicitaires non-conformes et les augmentations de coût des émissions pourraient aboutir à des réformes. À l'occasion de la MediaNight 2005, le 14 juin, regroupant notamment les responsables de la télévision allemande, le secrétaire général de la CDU Volker Kauder s'est aussi prononcé pour une définition plus claire de la mission des chaînes publiques, que ce soit en termes de publicité et d'objectifs de parts de marché.

## **Belgique – Communauté francophone**

### **Organisation institutionnelle du secteur audiovisuel public**

#### **Cadre législatif et réglementaire**

La Belgique est un état fédéral divisé en trois Régions : Flandre, Wallonie, Bruxelles Capitale et deux Communautés : française et flamande. Depuis 1980, l'audiovisuel belge relève des pouvoirs communautaires. Chaque communauté a ses lois et règlements propres ainsi que ses systèmes d'aide et de soutien à l'audiovisuel. De manière générale, les acteurs du monde de l'audiovisuel diffèrent d'une communauté à l'autre, en raison des différences culturelles, et notamment linguistiques. De fait, certains opérateurs flamands sont totalement absents du paysage audiovisuel francophone et inversement.

Le secteur audiovisuel public de la Communauté française est constitué par la RTBF (Radio-Télévision belge de la Communauté française). La RTBF comprend six chaînes de radios (La Première, VivaCité, Classic 21, Musiq3, Pure FM et RTBF international) et trois chaînes de télévision (La Une, ladeux et RTBF Sat, télévision par satellite créée en 2001 et émise en clair et en numérique 24h/24h) complétées par des télévisions locales (une à Bruxelles et onze en Wallonie). Elle dispose de 4,5 millions d'auditeurs et de téléspectateurs potentiels en Communauté française (97% des foyers sont câblés). Le décret du 14 Juillet 1997 portant statut de la RTBF, voté par le Conseil de la Communauté française, a renforcé l'autonomie de la RTBF notamment en diminuant ses contraintes administratives. En 2002, un nouveau décret a quelque peu modifié l'organisation et le fonctionnement de la RTBF en instaurant notamment des unités de production spécialisées.

#### Références juridiques :

Décret du 14 Juillet 1997 portant statut de la RTBF fixe les missions du service public de radiodiffusion et arrête le mode d'organisation et de financement de la RTBF, complété par un arrêté du 14 octobre 1997 contenant le contrat de gestion de la RTBF.

Décret du 28 décembre 2002 modifiant le décret du 14 juillet 1997 portant statut de la RTBF.

Contrat de gestion 2001-2005

Plan d'entreprise 2001-2005

#### **Objectifs des chaînes publiques, nature de leurs obligations de service public**

L'entreprise a pour objet social l'exploitation, notamment par la production et la diffusion de programmes de radio et de télévision, de services de radiodiffusion sonore et télévisuelle. Elle assure le service public de radio et de télévision de la Communauté française de Belgique.

La RTBF a un rôle d'information, d'éducation permanente et de développement culturel. Le divertissement n'est pas oublié puisqu'il fait également partie des missions de l'entreprise ainsi que la diffusion d'émissions dédiées à la jeunesse francophone, belge et internationale.

Cette mission de service public (Article 3 du décret du 14 juillet 1997) est assurée en priorité par une offre au public, notamment à l'ensemble des francophones de Belgique, de programmes de radio et de télévision, par voie hertzienne, par câble, par satellite ou tout autre moyen technique similaire qui permet d'assurer l'accès, à des conditions respectant le principe d'égalité entre les usagers, à tous les programmes généraux et spécifiques de l'entreprise correspondant à sa mission de service public.

L'entreprise arrête cette offre en fonction d'une répartition d'émissions assurant la diversité des programmes et comprenant notamment des émissions d'information générale, internationale, européenne, fédérale, communautaire, régionale, des émissions de développement culturel, d'éducation permanente, de divertissement et des émissions destinées à la jeunesse. Dans le cadre de cette offre de programmes, elle présentera notamment des oeuvres d'auteurs, de producteurs, de distributeurs, de compositeurs et d'artistes interprètes de la Communauté française.

L'entreprise, en arrêtant son offre de programmes, veille à ce que la qualité et la diversité des émissions offertes permettent de rassembler des publics les plus larges possibles, d'être un facteur de cohésion sociale tout en répondant aux attentes des minorités socio-culturelles, et permettent de refléter les différents courants d'idées de la société, sans discrimination, notamment culturelle, raciale, sexuelle, idéologique, philosophique ou religieuse et sans ségrégation sociale. Ces émissions tendent à provoquer le débat et à clarifier les enjeux démocratiques de la société, à contribuer au renforcement des valeurs sociales, notamment par une éthique basée sur le respect de l'être humain et du citoyen, à favoriser l'intégration et l'accueil des populations d'origine étrangère vivant en Communauté française. L'entreprise veille à accomplir un effort significatif de création, en favorisant la réalisation de productions originales, et de valorisation du patrimoine de la Communauté française de Belgique et des spécificités régionales. Elle compose son offre de programmes par priorité sur base de sa production propre.

L'entreprise s'attache par ailleurs à promouvoir les échanges et la production commune des programmes avec les organismes, prioritairement publics, de radio et de télévision des pays européens et des pays appartenant à la francophonie, et à créer et entretenir des synergies avec l'ensemble des acteurs du secteur de la communication et de la culture de la Communauté française.

L'entreprise s'attache de manière générale à être une référence en matière d'innovation, de qualité technique, professionnelle, artistique et culturelle.

Afin de déterminer les modalités d'exécution de sa mission de service public, elle conclut avec la Communauté française un contrat de gestion définissant les droits et obligations de chacune des parties.

L'entreprise ne peut produire ou diffuser des émissions contraires aux lois ou à l'intérêt général, portant atteinte au respect de la dignité humaine, et notamment contenant des incitations à la discrimination, à la haine ou à la violence, en particulier pour des raisons de race, de sexe ou de nationalité ou tendant à la négation, la minimisation, la justification, l'approbation du génocide commis par le régime national-socialiste allemand pendant la seconde guerre mondiale ou toute autre forme de génocide.

### **Statut et actionnariat des sociétés de l'audiovisuel public**

La RTBF est une entreprise publique autonome à caractère culturel de la Communauté française dotée de la personnalité juridique. L'information sur les actionnaires de la RTBF n'est pas disponible.

### **Gouvernance de ces sociétés : composition des conseils d'administration, modalités de nomination des administrateurs et des mandataires sociaux, ministères de tutelle**

La RTBF est dirigée par un **Conseil d'administration**, lui-même désigné par le Conseil de la Communauté française. Le Conseil d'administration élit, en son sein, un président - monsieur Jean-François RASKIN- et des vice-présidents - madame Clarisse ALBERT et monsieur Frédéric DELCOR - qui constituent son comité permanent. Néanmoins, les partis politiques belges ont conclu, en 1973, un Pacte culturel afin d'assurer la protection des minorités démocratiques. Donc, afin d'éviter que les membres du conseil d'administration de la RTBF appartiennent tous à la même tendance politique, ce dernier est constitué dans les mêmes proportions que les élus du Conseil de la Communauté française.

Le plus haut fonctionnaire de la RTBF est l'**Administrateur général**, Monsieur Jean-Paul Philippot. Il a été désigné par le gouvernement de la Communauté française le 31 janvier 2002; son mandat est de six ans. L'Administrateur général assure la gestion globale et quotidienne de l'entreprise. Il élabore également des plans d'avenir respectueux du contrat de gestion de la RTBF et les soumet au conseil d'administration. Ce dernier les avalise ou, le cas échéant, les amende. L'administrateur général est ensuite mandaté pour réaliser les projets approuvés.

### **Forme et modalités d'exercice de la tutelle de l'Etat sur ces sociétés**

Afin de déterminer les modalités d'exécution de sa mission de service public, la Radio-Télévision belge de la Communauté française (RTBF) conclut avec la Communauté française un contrat de gestion définissant les droits et obligations de chacune des parties. En outre, l'entreprise assure l'exécution des missions spécifiques qui lui sont confiées par le Gouvernement et dont celui-ci assure la juste rétribution. Un accord sur l'étendue des tâches demandées et la contrepartie financière accordée est conclu entre le Gouvernement et l'entreprise.

### **Organismes de régulation du secteur**

Les Communautés francophone et flamande disposent chacune d'un Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA).

Pour la Communauté francophone, le CSA ([www.csa.cfwb.be](http://www.csa.cfwb.be)) a pour rôle de remettre des avis au Ministre compétent d'initiative ou la demande de ce même Ministre. Surtout, le Collège d'autorisation et d'avis du CSA effectue le contrôle annuel des obligations de la RTBF, ayant en la matière un pouvoir de sanction. Ce contrôle résulte d'une obligation décrétole tant pour la RTBF que pour le CSA. La première est par ailleurs effectivement tenue de remettre au second un rapport annuel détaillé de ses activités. Afin d'être réellement représentatif du monde audiovisuel qu'il supervise, tous les acteurs de ce secteur sont représentés au sein de ce Conseil.

### **Modalités de financement de l'audiovisuel public**

#### **Description des relations financières avec l'Etat**

Le montant de la dotation octroyée par la Communauté française à la RTBF est fixé par le contrat de gestion de l'entreprise, conclu pour quatre ans mais le montant de la subvention correspond à une dotation budgétaire adaptée annuellement en fonction de l'indice des prix.

La redevance radio télévision existe en Région wallonne mais a été totalement supprimée en Région bruxelloise, où la taxe régionale bruxelloise a en réalité absorbé la redevance radio-TV. Pour l'année 2005, le montant de la redevance annuelle pour un ou plusieurs poste(s) de télévision est de 145,49 € (peu importe le nombre de téléviseurs dans le ménage et qu'ils soient en couleurs et/ou en noir et blanc). Le montant de la redevance annuelle pour un poste de radio sur véhicule est de 25,97 €. Le propriétaire de plusieurs véhicules doit s'acquitter de la taxe autant de fois qu'il possède de véhicules équipés d'un poste de radio.

#### **Règles encadrant la diffusion d'écrans publicitaires**

La RTBF est autorisée à diffuser toute émission de nature publicitaire et commerciale, tant en radio qu'en télévision, dans le respect des dispositions légales, décrétoles et réglementaires en vigueur et du contrat de gestion. RMB est, depuis sa création en 1985, la régie publicitaire exclusive des chaînes de télévision et de radio de la RTBF.

Sans préjudice des dispositions du décret du 17 juillet 1987 sur l'audiovisuel en matière d'émissions publicitaires, l'Entreprise doit respecter les règles particulières suivantes :

1 En télévision, le temps de transmission consacré à la publicité commerciale, telle que définie par le décret du 17 juillet 1987 sur l'audiovisuel, sur chacune des chaînes de la R.T.B.F., ne doit pas dépasser une durée journalière moyenne de six minutes par heure de transmission. Sans préjudice de l'alinéa précédent, le temps de transmission quotidien consacré à la publicité commerciale, sur chacune des chaînes de la R.T.B.F., entre 19 et 22 heures, ne doit pas dépasser une durée de vingt-cinq minutes. Par dérogation à l'alinéa précédent, au cours de l'année 2002, le temps de transmission visé à l'alinéa précédent ne peut pas dépasser une durée de vingt-trois minutes. Le temps de transmission consacré aux écrans publicitaires à l'intérieur d'une période donnée d'une heure d'horloge ne doit pas dépasser douze minutes.

2 En télévision comme en radio, la publicité commerciale ne peut faire appel, pour la partie sonore ou visuelle du spot, aux journalistes engagés par l'Entreprise en qualité d'agents statutaires ou contractuels.

3 En télévision, la publicité ne peut interrompre les programmes, notamment les films ou les différentes séquences d'un même programme. En radio comme en télévision, la publicité commerciale ne peut interrompre les émissions d'information, ni les émissions dramatiques ou d'art lyrique, sauf durant les interruptions naturelles. Toutefois, en télévision, l'Entreprise peut interrompre les retransmissions de compétitions sportives ne comprenant pas d'interruptions naturelles, à condition qu'une période d'au moins 20 minutes s'écoule entre chaque interruption successive à l'intérieur desdites retransmissions sportives.

4 L'Entreprise ne peut diffuser de la publicité commerciale pour les biens et services suivants :

- les médicaments visés par la loi du 25 mars 1964 sur les médicaments ;
- les substances visées par l'arrêté royal du 6 mai 1922 concernant la vente des désinfectants et des antiseptiques et par l'arrêté royal du 31 décembre 1930, concernant le trafic des substances soporifiques et stupéfiantes, pris en application de la loi du 24 février 1921 ;
- le tabac, les produits à base de tabac et les produits similaires, visés par l'arrêté royal du 20 décembre 1982, relatif à la publicité pour le tabac, les produits à base de tabac et les produits similaires ;
- les boissons alcoolisées titrant plus de 20 degrés ;
- les biens ou services évoquant directement ou indirectement, des marques de tabac, de produits à base de tabac ou similaires, ainsi que des boissons alcoolisées titrant plus de 20 degrés ;
- les armes ;
- les jouets imitant des armes à feu ou susceptibles d'induire des comportements violents, racistes ou xénophobes ;
- les agences matrimoniales et les clubs de rencontre, y compris par messagerie électronique.

5 Les programmes ne peuvent être parrainés par des personnes physiques ou morales qui ont pour activité principale la fabrication ou la vente de produits ou la fourniture de services dont la publicité est interdite en vertu du point 4 du présent article. Par dérogation au point 4 et au premier alinéa du présent point, l'interdiction de diffuser en radio des écrans publicitaires et de parrainage relatifs à des boissons alcoolisées titrant plus de 20 degrés et à des médicaments non soumis à prescription médicale est seulement d'application à partir de l'année 2003.

6 Les écrans publicitaires et de parrainage sont interdits de diffusion durant une période de cinq minutes qui précède et qui suit une émission spécifiquement destinée aux enfants. Cette disposition n'est d'application qu'à partir de l'année 2003.

7 La publicité commerciale :

- pour les produits diététiques visés par l'arrêté royal du 18 février 1991 relatif aux denrées alimentaires destinées à une alimentation particulière, doit clairement mentionner pour quel régime le produit déterminé est conseillé et ne peut faire mention de maladies humaines ou de personnes atteintes de maladies, sauf dérogations prévues par l'arrêté royal du 18 février 1991 précité ;
- pour les confiseries contenant du sucre est autorisée moyennant l'insertion d'un avertissement, sous quelque forme que ce soit, indiquant l'incidence de ce type de produit sur la santé ; pour les véhicules motorisés ne peut être fondée sur la promotion de la vitesse.

8 La publicité commerciale :

- ne peut faire référence à des tests comparatifs effectués par des organisations de consommateurs ;
- ne peut comporter aucun élément écrit, verbal, visuel ou sonore qui, directement ou indirectement par exagération ou ambiguïté, soit susceptible d'induire en erreur le consommateur ;

- ne peut utiliser indûment des termes techniques ou scientifiques, ni les présenter de manière à provoquer une interprétation erronée ;
- ne peut recourir à des résultats de recherche, à des citations tirées d'ouvrages scientifiques que si tous risques de confusion, d'ambiguïté ou de généralisation abusive sont évités ;
- ne peut utiliser les recommandations, références, citations ou déclarations, qu'avec l'accord formel de leurs auteurs ou de leurs ayants droit et qu'à la condition qu'elles soient authentiques et véridiques.

9 L'Entreprise veille à ce que les annonceurs ou leurs agences de publicité puissent, à toute demande, produire la preuve établissant le bien-fondé de tous les éléments objectifs des messages de publicité, tels que définis ci-dessus.

### **Stratégie et positionnement des chaînes publiques**

#### **Poids des chaînes publiques en termes d'audience, de chiffre d'affaires, évolution sur les cinq dernières années**

La Belgique compte 4 millions de foyers TV, ce qui en fait un marché étroit encore réduit par la nécessité de distinguer deux segments au sein de celui-ci : d'une part, le marché flamand néerlandophone (58%) et d'autre part, le marché wallon francophone (42%). Cette dichotomie linguistique a pour effet la multiplication des chaînes proposées.

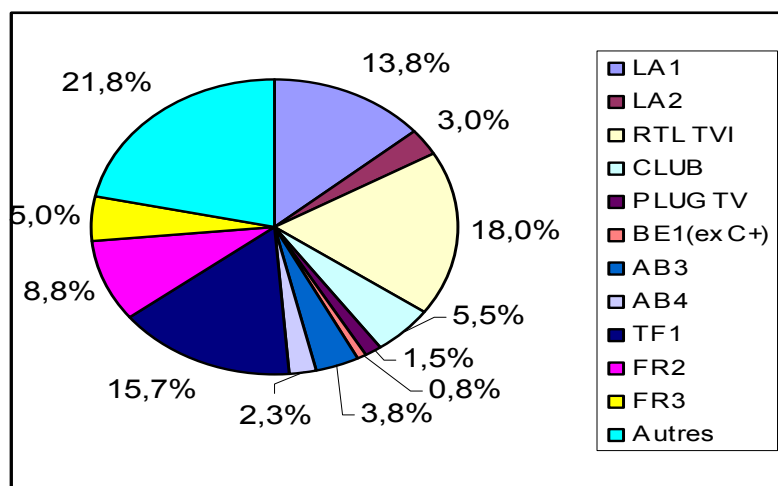
Ainsi, via le câble, les foyers belges ont accès à 40 chaînes différentes pour un coût très faible, ce qui explique son immense succès : **un taux de pénétration de 96%**. Comparativement, l'offre de bouquet numérique (Canal+) n'a séduit pour l'instant que peu de foyers belges, l'abonnement et le niveau de prix apparaissant comme des facteurs de ralentissement à son développement.

Concernant le paysage audiovisuel en Wallonie francophone, l'opérateur public de télévision RTBF diffuse deux chaînes La Une et La Deux, respectivement généraliste et culturelle. La RTBF a connu maintes difficultés financières : tandis qu'elle tente de résoudre son dilemme qui souvent oppose l'audience à sa mission de service public devant guider le choix de ses programmations, elle est confrontée à la concurrence de RTL Group sur un marché étroit. Ce dernier avec ses deux chaînes RTL-TV1 plutôt généraliste et Club RTL s'adressant pour sa part à la jeunesse, s'affirme comme le premier opérateur privé de la zone francophone.

En chiffres, la télévision publique francophone maintient difficilement ses parts de marché qui s'élevaient à 19,7% en 2002. Si ce pourcentage reste supérieur aux 18,3% de 1997, la RTBF ne cesse de voir son audience s'éroder depuis l'excellente année 2000 qui lui avait permis d'atteindre les 21,1%. L'année 2003 débute sur un repli de 0,7% avec 19% enregistrés sur les sept premiers mois. Le groupe RTL, son principal rival, totalise 23,3% de parts de marché avec ses deux chaînes en 2002, maintenant ainsi sa position de leader acquise depuis la seconde moitié des années 90. Fin juillet 2003, il garde sa place en captant 23% du marché. De même, il est à noter l'entrée en force de la chaîne AB3 (lancée en 2001), la « petite chaîne belge qui monte » a conquis 3,6% de parts de marché en 2002 et progresse à 4,6% sur les sept premiers mois de l'année 2003.

Sur ce marché étroit, les acteurs belges doivent faire face à la concurrence des grandes chaînes françaises que sont TF1, France 2 et France 3. Ainsi, les protagonistes, venus de l'hexagone, s'adjugeaient 33,7% du marché en 2002, parts en léger recul à 32,9%, fin juillet 2003.

Le chiffre d'affaires de la RTBF s'élevait à 88 MEUR en 2003 en progression de 2,7% par rapport à 2002. Le résultat net affichait une perte de 13 MEUR en 2003 en hausse de 17,5% par rapport à 2002. La RTBF employait 2550 personnes en 2003.



Source : Audimétrie SA

<http://www.audimetrie.be/audiences/S-audiences.htm>

### Stratégie de diversification et d'adaptation aux évolutions technologiques

La mission de service public est assurée en priorité par une offre au public, notamment à l'ensemble des francophones de Belgique, de programmes de radio et de télévision, par voie hertzienne, par câble, par satellite ou tout autre moyen technique similaire qui permet d'assurer l'accès, à des conditions respectant le principe d'égalité entre les usagers, à tous les programmes généraux et spécifiques de l'entreprise correspondant à sa mission de service public. La RTBF s'est cependant orientée vers une diffusion de plus en plus personnalisée afin de répondre à une demande de plus en plus précise.

En Novembre 2001, RTBF SAT est née et diffusée sur toute l'Europe grâce au satellite Astra. Cette troisième chaîne de télévision RTBF est émise en clair et en numérique 24h/24h. Elle diffuse toutes les productions propres de la maison: magazines culturels et d'information, documentaires, captations de concerts ou encore émissions de services et de divertissements.

Après la Suède, l'Allemagne, l'Italie, le Royaume-Uni et la France, la Belgique vient de décider de passer à la TNT. Son contrat de gestion l'oblige à être accessible par la voie des airs, c'est-à-dire gratuitement, mais son parc d'émetteurs accuse 15 à 20 ans d'âge et doit être renouvelé. Plutôt que d'opter pour la «reconduction» d'une technologie analogique dépassée, la RTBF a donc choisi le numérique. La TNT sera opérationnelle d'ici la fin 2006 et couvrira 90 % du territoire. Contrairement à la Belgique, qui emploie les antennes fixes déjà présentes sur la plupart des habitations, la RTBF a opté pour la réception via une petite antenne mobile, ce qui devrait intéresser les propriétaires de résidences secondaires. Théoriquement, la RTBF pourrait proposer un bouquet de six programmes sur un seul multiplex. Mais afin d'offrir la meilleure réception possible, elle se limitera à quatre chaînes. Dans un premier temps, seules La Une et La Deux seront diffusées. Pour les deux autres, il pourrait s'agir de TV5, de RTBF Sat, voire d'une chaîne d'archives. Enfin, il est peu probable que RTL (opérateur de RTL-TV, Club-RTL, etc...) ou BeTV (ex-Canal+ Belgique) ne se lance sur la TNT belge, de peur de se fâcher avec les câblo-opérateurs, leurs partenaires historiques.

### Rôle des opérateurs du câble ou du téléphone (ou des groupes multimédias intégrés) dans la télévision

La Belgique fait partie des pays où le nombre de foyers raccordés au câble est le plus élevé (97%). De ce fait, il existe un nombre important de câblo-opérateurs répartis sur le territoire, mais assez récemment on observe un mouvement de regroupement de ces acteurs, allié à la mise en place d'une offre technologique élargie.

En avril 2005, les douze câblo-opérateurs wallons ont décidés d'unir leurs moyens. L'objectif est de créer une société commune qui proposera une offre « triple play » (internet à large bande, télévision et téléphonie) à 1,2 million de foyers. Cette société pourrait être opérationnelle dès janvier 2006.

Ces regroupements stratégiques visent avant tout à concurrencer Belgacom. En effet, l'opérateur historique de télécommunications vient de s'attaquer au marché des câblo-opérateurs en proposant son offre de télévision interactive iDTV, baptisée Belgacom TV (programmes télévisés passant par le téléphone (ADSL), la même technologie utilisée pour l'accès à internet...en attendant le VDSL). Ce service permet également aux utilisateurs, via la ligne téléphonique, d'accéder à des services comme la vidéo à la demande, les informations locales et l'e-shopping, tout en leur offrant la possibilité de surfer et d'envoyer ou recevoir des courriels via la télévision. Les émissions de la VRT, Vitaya, VT4, France Télévision, Canal Z, AB3 et Discovery Channel sont prévues ainsi que des films pour la vidéo à la demande (offre pour cette dernière encore peu étoffée). A noter également que Belgacom vient de remporter, pour les trois prochaines saisons, les droits de retransmission du championnat belge de football, opération toutefois contestée en justice par Be TV.

Il dispose pour cela d'un atout de marque, étant le principal FAI avec 62% des parts de marché dans l'accès haut-débit... Globalement, fin 2004, 40% des foyers belges disposaient d'une connexion à internet et l'accès au haut débit représentait 73% des connexions résidentielles au 3ème trimestre 2004.

Mobistar, filiale du groupe Orange, vient de lancer début juillet 2005 un projet pilote de télévision sur GSM suite à un contrat signé avec la société Belgian Business Television, editrice des programmes de Canal Z et Kanaal Z. Les utilisateurs ont également la possibilité de télécharger des flashes vidéo portant sur l'actualité nationale et internationale, le sport, la culture et les sujets insolites.

### **Stratégie du gouvernement à l'égard de l'audiovisuel public**

En octobre 2002, le Conseil d'administration de la RTBF a approuvé le Plan Magellan dont l'objectif est d'assainir les finances de l'entreprise grâce notamment à des départs en retraite anticipés mais aussi par un repositionnement des produits. Ainsi, les radios sont réformées: Bruxelles Capitale et Fréquence Wallonie ont fusionné ; Radio 21 s'est scindée en une chaîne «Classic Rock» et une chaîne musicale «Jeunes». La mise en place du plan s'étalera sur trois voire quatre ans.

L'organisation géographique est également complètement remodelée. Chaque «centre de production» aura dorénavant sa «spécialité» :

- le site de Bruxelles accueillera l'information et trois radios
- le site de Namur se concentrera sur l'information wallonne
- le site de Liège sera consacré aux divertissements, jeux, variétés et fictions
- le site de Charleroi prendra en charge les magazines, documentaires et émissions «jeunes»
- le site de Mons hébergera deux radio

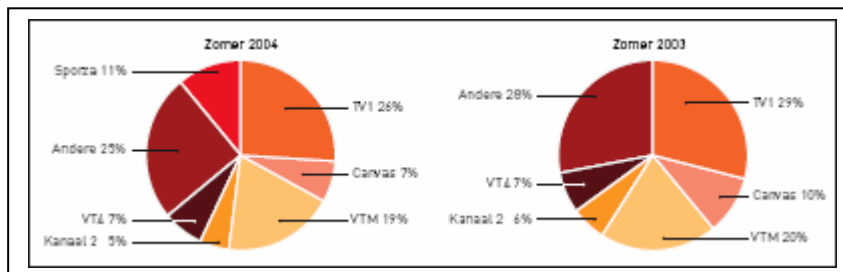
## Belgique – Communauté flamande

### Organisation institutionnelle du secteur audiovisuel public

#### Cadre législatif et réglementaire

La Belgique est un état fédéral divisé en trois Régions : Flandre, Wallonie, Bruxelles Capitale et deux Communautés : française et flamande. Depuis 1980, l'audiovisuel belge relève des pouvoirs communautaires. Chaque communauté a ses lois et règlements propres ainsi que ses systèmes d'aide et de soutien à l'audiovisuel. De manière générale, les acteurs du monde de l'audiovisuel diffèrent d'une communauté à l'autre, en raison des différences culturelles, et notamment linguistiques. De fait, certains opérateurs flamands sont totalement absents du paysage audiovisuel francophone et inversement.

Le secteur audiovisuel public de la Communauté flamande est constitué par la VRT (Vlaamse Radio omroep en Televisie). La VRT comprend cinq chaînes de radios (Radio 1, Radio 2, Klara, Studio Brussel, Radio Donna et Radio Vlaanderen Internationaal) et trois chaînes de télévision (TV 1, Canvas et Ketnet). Elle dispose de 3.75 millions de spectateurs, soit 65.8% de la population flamande. (+ 3,2 point pour cent par rapport à



2003). 4.1 millions de personnes écoutent la radio au moins 10 minutes par jour.

Par décision du gouvernement flamand le 4 mars 2005, les décrets concernant les radios et la télévision ont été coordonnés. Cette coordination intègre les stipulations de décrets concernant les radios et la télévision, coordonné au 25 janvier 1995 ainsi que le décret de 17 mars 1998 reprenant le règlement du droit de la libre collecte d'information et la diffusion de courte information par l'audiovisuel.

#### Objectifs des chaînes publiques, nature de leurs obligations de service public

- La VRT (Vlaamse Omroep en televisie) conduit au nom de la Communauté flamande la mission audiovisuelle publique et a comme objectif d'atteindre le plus grand nombre possible d'utilisateurs de média en utilisant une diversité de programmes qui suscitent l'intérêt et qui y répondent. La mission audiovisuel publique a été conçue selon les principes formulés dans les résolutions de Prague (8 décembre 1994) ainsi que Krakau (16 juin 2000) du Conseil Européen.
- L'offre globale de l'institution doit être caractérisé par la qualité des programmes, par le contenu ainsi que par la forme et le langage.
- L'institution présente une offre de qualité élevée dans les secteurs de l'informatique, de la culture, de l'éducation et du divertissement. La priorité consiste à offrir aux spectateurs et auditeurs des programmes axés sur l'information et la culture.
- La VRT remplit un rôle important au niveau du développement de l'identité et de la diversité de la culture flamande et d'une société démocratique et tolérante, conforme à l'article 8.3§ du décret coordonné.

- La VRT occupe un rôle important dans le processus de l'implémentation des valeurs flamandes dans la société, autant par la radio que par la télévision.
- La VRT dispose de l'autonomie de décision en ce qui concerne l'offre de la programmation et son schéma de diffusion. Elle est également autonome au niveau de la gestion opérationnelle

### **Statut et actionariat des sociétés de l'audiovisuel public**

« De Vlaamse Radio-en Televisieomroep », la « VRT », est une société anonyme de droit public. Tout ce qui n'est pas clairement stipulé dans les décrets correspondants est conforme aux lois coordonnées sur les sociétés commerciales qui s'appliquent aux sociétés anonymes. La VRT existe depuis le 19 avril 1997 après transformation de l'ancienne société anonyme de droit public la « BRTN ».

### **Gouvernance de ces sociétés : composition des conseils d'administration, modalités de nomination des administrateurs et des mandataires sociaux, ministères de tutelle**

Les organes de la VRT sont l'Assemblée générale des actionnaires, le Conseil d'administration, l'administrateur- délégué et un commissaire- réviseur.

Le Conseil d'administration réunit 12 membres, élus par les actionnaires, qui élisent à leur tour un administrateur – délégué (M. Tony MARY).

### **Forme et modalités d'exercice de la tutelle de l'Etat sur ces sociétés**

La relation entre la Communauté flamande et la VRT, l'institution audiovisuelle flamande, est concrétisée dans un accord d'exploitation qui est conclu pour une période de 5 ans. L'accord actuel couvre la période de 2002 à 2006. La Communauté flamande désigne un représentant communautaire qui doit contrôler l'implémentation pratique de l'accord d'exploitation conclu entre la Communauté flamande et la VRT. La Communauté flamande ne peut sous aucune condition vendre les actions qu'elle détient dans la VRT. L'article 104bis, §1, 2<sup>ème</sup> membre des lois coordonnées sur les sociétés commerciales ne s'applique pas à la VRT.

### **Organisme de régulation du secteur**

Les Communautés francophone et flamande disposent chacune d'un Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA). Pour la Flandre, c'est le « Vlaams Commissariat voor de Media » (Commissariat flamand pour les médias) qui veille à ce qu'on respecte les décrets. Elle peut refuser des permis audiovisuels.

[www.vlaamscommissariaatmedia.be](http://www.vlaamscommissariaatmedia.be)

### **Modalités de financement de l'audiovisuel public**

#### **Structure des recettes des chaînes de TV publiques (financement public / publicité / autres sources de revenus)**

Le financement de la VRT a été clairement exposé dans un décret du gouvernement flamand. Il s'agit du même contrat d'exploitation mentionné au paragraphe 1

Le contrat d'exploitation actuel a été signé le 7 juin 2001 pour la période de 2002 à 2006 entre la VRT et le Ministre Compétent de la Communauté flamande. La VRT est dotée d'une enveloppe annuelle de base qui croît annuellement de 4%. Cette augmentation est toutefois conditionnée au niveau des montants perçus sur la publicité à la radio et la visibilité de logos à la télévision.

Structure financière dans le rapport annuel : [http://www.vrt.be/doc/jv2004/jaarverslag\\_2004.pdf](http://www.vrt.be/doc/jv2004/jaarverslag_2004.pdf)  
(pages 88 à 99)

#### **Structure des dépenses opérationnelles**

L'enveloppe annuelle de base est divisée en deux : il y a un montant fixe pour le financement du capital et l'autre partie consiste en un montant d'exploitation (qui peut donc être augmenté).

### **Description des relations financières avec l'Etat**

La redevance radio télévision a été totalement supprimée en Région flamande depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2002.

### **Règles encadrant la diffusion d'écrans publicitaires**

La VRT et la Communauté flamande ont établi que la VRT ne peut sous aucune condition générer plus de 40,9 millions d'euros de chiffre d'affaires provenant de la vente d'espace de publicité à la radio (Radio1, Radio2, Donna, Studio Brussel). Pour radio 1, la pression publicitaire est diminuée en excluant la publicité des programmes matinaux d'information entre 7h30 et 8h30. Klara reste entièrement libre de publicité.

### **Stratégie et positionnement des chaînes publiques**

#### **Poids des chaînes publiques en termes d'audience, de chiffre d'affaires, évolution sur les cinq dernières années**

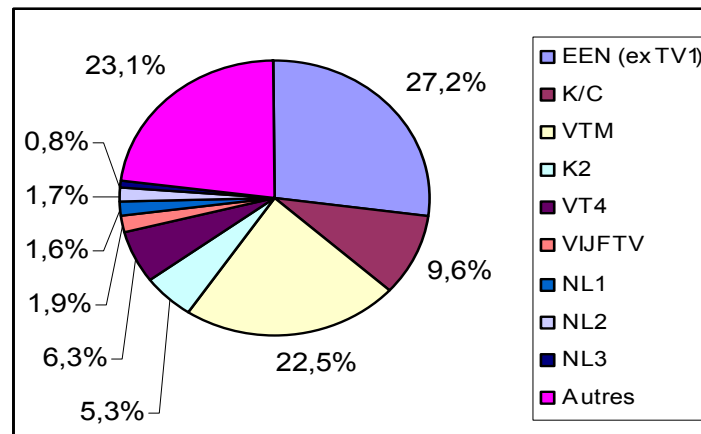
En ce qui concerne le paysage audiovisuel en Flandre néerlandophone, le service public de télévision VRT propose deux chaînes : VT 1 et Ketnet/Canvas. La première est généraliste et privilégie l'information. Quant à la seconde, elle est divisée en deux canaux : Ketnet diffusée en journée s'adresse à un public jeune, tandis que Canvas, prenant le relais en soirée, est axée sur la culture. En contraste avec son homologue wallon, le groupe public se porte plutôt bien.

Concernant les chaînes privées, VT 4 d'origine britannique, diffusée en Belgique par le groupe néerlandais SBS Broadcasting, propose un grand nombre de séries et films. L'offre s'étoffe avec trois autres chaînes : VTM plutôt généraliste, KanaalTwee s'adressant aux jeunes adultes et JIMtv tournée vers la programmation musicale. Celles-ci sont diffusées par le Vlaamse Media Maatschappij (VMMa) qui est une joint-venture entre les deux groupes de médias flamands Persgroep et Roularta.

Sur le marché flamand, les chaînes publiques tirent leur épingle du jeu en dominant nettement le marché aux dépens du groupe VMMa.

Quant à la concurrence étrangère, sans jouer un rôle d'arbitre, elle voit ses parts de marché globalement se maintenir sur ces dernières années.

Tant en radio qu'en télévision, l'opérateur public flamand est leader sur ces marchés. Même si en matière de télévision, sa dominance est moins marquée, ces cinq dernières années ont vu ses chaînes progresser fortement au détriment de celles de VMMa qui, là encore, se fait damer le pion par la VRT.



Source : Audimétrie SA

### Stratégie de diversification et d'adaptation aux évolutions technologiques

Contrat d'exploitation :

- Art.6 §1 : La VRT jouera un rôle éminent dans la protection de l'identité culturelle flamande dans le domaine des nouveaux services médiatiques, d'abord en investissant elle-même en nouveaux produits médiatiques et aussi en offrant un socle technologique actualisé et responsable de contenu [...]
- Art 7 §1 : E-VRT est le forum de développement et de recherche de la VRT qui s'oriente vers l'organisation, l'accompagnement, la stimulation, la diffusion et le suivi de nouvelles activités flamandes au niveau médiatique. Ces activités doivent permettre à la VRT de jouer pleinement son rôle de moteur innovateur en Flandre.
- Le « socle Digital au foyer » a comme objectif de tester à court terme chez 100 familles en Flandre une application de media interactif.

### Rôle des opérateurs du câble ou du téléphone (ou des groupes multimédias intégrés) dans la télévision

En Flandre, la voie de l'intégration passée, le câblo-opérateur, Telenet, lancera le 3 septembre 2005 la télévision numérique interactive (iDTV). L'offre numérique renferme un paquet de base de 41 chaînes, et une offre supplémentaire de chaînes thématiques numériques. Le volet interactif permettra d'envoyer et de recevoir des e-mails, et de regarder des émissions et des films à la demande, sélectionnés dans une « téléthèque ».

Pour l'instant, seuls les abonnés flamands à la société de télédistribution Telenet Televisie (anciennement Mixt-ICS), soit, selon les estimations, 1,6 million de personnes, pourront bénéficier de ce service. Les câblo-opérateurs, réunis au sein d'Interkabel, qui compte 800 000 clients, négocient encore avec Telenet la possibilité de proposer eux aussi l'iDTV. Selon son directeur Duco Sickinge, Telenet a délibérément choisi la date du 3 septembre pour faire coïncider le lancement de la télévision numérique avec le début de la nouvelle saison en télévision.

Son grand concurrent, Belgacom, qui propose son offre numérique Belgacom TV par le réseau ADSL, se jettera probablement à l'eau dès le mois d'août, au moment où le championnat de football commence (Belgacom a obtenu les droits sur ce Championnat). Même si Belgacom, qui ne divulguera ses intentions avant la fin de ce mois, sera sur le marché plus tôt que Telenet, ce dernier aura en tout cas devancé son concurrent Belgacom dans l'annonce de son offre en matière de télévision numérique.

L'offre numérique de base de Telenet comprend 41 chaînes de télévision et 22 fréquences radio. Ceux que cela ne satisfera pas encore pourront prendre un abonnement à une série de chaînes thématiques supplémentaires. Canal+, qui sera rebaptisée Prime, fait partie de l'offre numérique, avec 10 chaînes. Ceux qui désirent s'abonner à tout pourront zapper sur 85 chaînes.

### **Stratégie du gouvernement à l'égard de l'audiovisuel public**

Le contrat d'exploitation évoqué supra est négocié pour une durée de 5 ans. L'accord actuel se termine en 2006. Puisque la VRT se voit obligée de proposer un nouveau projet d'accord au plus tard 6 mois avant la fin du dernier contrat, les négociations entre la VRT et le Gouvernement flamand devront commencer prochainement. Un des éléments clé de la nouvelle négociation sera sans doute le défi de la nouvelle technologie et des tendances sur le marché digital. Les libéraux flamands, le VLD, parti politique à la fois présent dans le Gouvernement régional flamand ainsi qu'au fédéral (Premier Ministre) voit une place pour l'Etat dans le dossier des nouvelles technologies. Il est convaincu que le succès de la digitalisation sera influencé par le consommateur, le contenu et le marché et non par les mesures prises par l'Etat. Par contre, c'est dans ce contenu que l'Etat devra continuer à investir par le biais de la VRT.

## Danemark

\*\*\*\*\*

Il existe au Danemark deux groupes de radiodiffuseurs ; les chaînes purement privées telles TV/Danmark, TV3, ainsi que les chaînes publiques. Celles-ci sont de deux types :

- des chaînes publiques totalement dédiées au service public, il s'agit du groupe Danmarks Radio (« DR ») avec les chaînes DR1 et DR2,
- une chaîne publique à vocation commerciale opérant certaines missions de service public, il s'agit de la société TV2/Danmark A/S avec la chaîne TV2.

\*\*\*\*\*

### Organisation institutionnelle du secteur audiovisuel public

#### Cadre législatif et réglementaire

La télévision publique danoise exerce ses activités dans un cadre juridique bien défini :

- Loi no 506 du 10 juin 2004 relative à la diffusion radiophonique et audiovisuelle (« Lov om radio og fjernsynsvirksomhed »). Elle définit les missions de service public des chaînes publiques de télévision et leur organisation.
- Loi no 438 du 10 juin 2003 relative à la société TV2/Danmark A/S.
- Arrêté ministériel no 1031 du 11 décembre 2003 relative à l'activité de TV2/Danmark A/S
- Arrêté ministériel no 350 du 14 mai 2003 définissant les statuts de Danmarks Radio.

#### Objectifs des chaînes publiques, nature de leurs obligations de service public

Il ressort de la loi no 506 du 10 juin 2004 que les chaînes publiques doivent présenter à la population danoise une offre diversifiée de programmes et services dans les domaines de l'information, de l'enseignement, de la culture et des divertissements. Elles en assurent la qualité, l'universalité et la pluralité et doivent accorder une importance particulière à la liberté d'information et d'expression dans leur programmation.

Elles assurent la diffusion de l'information en toute objectivité et impartialité. Les chaînes publiques assurent l'accès de la population à l'information et débats de société. Elles favorisent également la promotion de la langue danoise et de la culture danoise.

Les objectifs des chaînes publiques et leur cadre d'activité sont précisés au sein de contrats de service public pluriannuels conclus entre le ministère de la Culture, DR et TV2/Danmark. Les contrats en cours couvrent la période allant du 1<sup>er</sup> janvier 2003 au 31 décembre 2006.

Ces contrats précisent que DR et TV2/Danmark doivent s'efforcer de protéger et développer la langue danoise à travers une politique linguistique active en offrant aux téléspectateurs des programmes en langue danoise correcte et compréhensible. Elles doivent particulièrement promouvoir les initiatives et la diffusion de la culture et de l'art danois. Elles doivent favoriser l'accès des personnes handicapées aux prestations de service public en exploitant les nouvelles technologies et en participant à des projets de développement de ces technologies (augmentation des programmes sous-titrés). Les contrats de service public définissent également le contenu des programmes diffusés par DR et TV2/Danmark (programmes destinés aux enfants, programmes régionaux, heures de diffusion des programmes d'information etc.).

#### Statut et actionariat des sociétés de l'audiovisuel public

DR et TV2/Danmark, les deux sociétés danoises de l'audiovisuel public sont régies selon des statuts de droit différents. Ainsi DR est une « entreprise publique indépendante » dont le capital est entièrement détenu par l'Etat. TV2/Danmark est quant à elle, plus classiquement, une SA dont le

capital est lui aussi intégralement détenu par l'Etat. Ce statut a été retenu par les autorités danoises en vue de faciliter la privatisation ultérieure de l'entreprise.

Alors que DR et les chaînes qui la composent, DR1 et DR2 auxquelles s'ajoutent 6 chaînes radiophoniques, est totalement dédiée au service public, TV2 fonctionne comme une entreprise à vocation commerciale tout en exerçant des missions de service public, celles-ci ne représentant toutefois qu'un volet de son activité.

### **Gouvernance de ces sociétés : composition des conseils d'administration, modalités de nomination des administrateurs et des mandataires sociaux, ministères de tutelle**

Le conseil d'administration de DR est composé de 10 membres nommés par le ministre de la Culture sur proposition du ministre lui-même pour 3 de ses membres (dont le président du conseil d'administration), du Parlement pour 6 d'entre eux et du personnel permanent pour 1 membre ainsi qu'un suppléant. Le ministre de la Culture nomme le vice-président du conseil d'administration parmi les membres désignés par le Parlement. C'est le conseil d'administration qui nomme le directeur général et les autres membres de la direction (5 directeurs).

Le conseil d'administration de TV2/Danmark A/S est composé de 12 membres dont 8 sont désignés par le ministre de la Culture et 4 par le personnel de TV2/Danmark. Le conseil d'administration nomme les membres de la direction (3 directeurs).

Une tutelle est exercée par le ministère de la Culture. Cette tutelle ne porte pas sur la gestion de ces établissements.

### **Forme et modalités d'exercice de la tutelle de l'Etat sur ces sociétés**

Les engagements de DR et TV2/Danmark en matière de service public sont précisés par les contrats qui lient les deux sociétés avec le ministère de la Culture. Les deux sociétés DR et TV2/Danmark bénéficient d'une très large, voire d'une entière autonomie de gestion. Le conseil d'administration de DR établit le budget annuel et le transmet au ministre de la Culture et au Parlement à titre d'information. Les comptes annuels sont préparés par le conseil d'administration avant d'être contrôlés et certifiés par la « Commission de vérification des comptes de l'Etat » (« Rigsrevision »)<sup>1</sup>.

Le budget et les comptes de TV2/Danmark sont établis par la direction et adoptés par le conseil d'administration.

L'arrêté ministériel no 740 du 21 août 2001 sur la séparation comptable prévoit que DR et TV2/Danmark doivent établir des comptes séparés pour les activités de service public et pour les autres activités.

### **Organisme dérégulation du secteur**

Le ministre de la Culture a créé le « Bureau de la radio et de la télévision » (« Radio og TV-nævnet ») qui contrairement au CSA français n'est pas indépendant et n'a pas de véritable vocation de régulateur. Ce Bureau prend en charge un certain nombre de tâches administratives telles l'examen des candidatures déposées par les fournisseurs de services de programmes ou la prise de décision et la supervision des aspects juridiques du secteur de l'audiovisuel (traitement des affaires dans les domaines de la télévision, de la radiodiffusion locale, de la publicité et du sponsoring). Ce Bureau a enfin une mission de conseil auprès du ministre de la Culture sur les questions relatives à la diffusion radiophonique et audiovisuelle.

### **Modalités de financement de l'audiovisuel public**

---

<sup>1</sup> Auditeur public, équivalent de la Cour des comptes

### **Structure des recettes des chaînes de TV publiques (financement public / publicité / autres sources de revenus)**

Le financement de l'activité de DR est essentiellement assuré par des fonds publics issus de la redevance. DR ne peut pas être financé par des recettes publicitaires mais en revanche, rien n'interdit à DR de commercialiser ses productions (documentaires, téléfilms etc.).

A contrario TV2/Danmark vit exclusivement de ses recettes publicitaires et commerciales. Jusqu'au second semestre 2004, la chaîne recevait une dotation financée par la redevance audiovisuelle. Ce mode de financement a pris fin lorsque s'est enclenché le début du processus de privatisation de la chaîne.

### **Description des relations financières avec l'Etat**

Le budget de DR est alimenté par les recettes de la redevance dont DR assure la collecte et la gestion à travers l'organisme « DR Licens » (géré et financé dans son intégralité par DR). Le contrat de service public 2003-2006 prévoit l'attribution annuelle de recettes issues de la redevance entre 2003 et 2006. S'agissant de TV2/Danmark, le contrat de service public 2003-2005 prévoyait initialement l'attribution annuelle de recettes issue de la redevance entre 2003 et 2006. Il a cependant été décidé de supprimer l'affectation de ces recettes à compter du second semestre 2004 suite à la décision de privatiser TV2/Danmark. Les recettes de la redevance non versées à TV2/Danmark ont été attribuées à DR.

Les versements de fonds publics ne sont pas conditionnés à la tenue d'objectifs de performance.

La redevance audiovisuelle (« licens ») est depuis le second semestre 2004 intégralement affectée au budget de DR. DR se charge de la collecte de la redevance audiovisuelle à travers l'organisme « DR Licens »).

### **Règles encadrant la diffusion d'écrans publicitaires**

La diffusion d'écrans publicitaires est réglementée par l'arrêté ministériel no 194 du 20 mars 2003 relatif à la publicité et au sponsoring à la télévision et à la radio.

Les écrans publicitaires peuvent seulement être diffusés de manière groupée entre les programmes (sauf pour les programmes de sport et ceux au cours desquels une interruption est prévue).

La diffusion d'écrans publicitaires ne peut dépasser 15% du temps de diffusion journalier accordé à chaque diffuseur et ne saurait excéder 12 minutes par heure.

Le contenu des écrans publicitaires est également réglementé (écrans publicitaires sur les boissons alcoolisées, protection des mineurs etc.) par l'arrêté ministériel no 194.

### **Stratégie et positionnement des chaînes publiques**

#### **Poids des chaînes publiques en termes d'audience, de chiffre d'affaires, évolution sur les cinq dernières années**

Malgré l'augmentation du nombre de chaînes de télévision accessibles ces dernières années, les chaînes de télévision les plus regardées sont les chaînes de service public DR1 et TV2. En 2004, la part d'audience cumulée des 3 chaînes de service public (DR1, DR2, TV2) a atteint 69%. La part d'audience des 3 chaînes de service public est demeurée stable au cours des 5 dernières années :

2000	2001	2002	2003	2004
68,3 %	66 %	67 %	68,8 %	69 %

En 2004, le groupe Danmarks Radio a enregistré un résultat exceptionnellement déficitaire ainsi que a société TV2/Danmark A/S.

Les rapports annuels de 2000 à 2004 de TV2 sont disponibles en anglais sur [www.omtv2.tv2.dk/beretninger](http://www.omtv2.tv2.dk/beretninger).

Le rapport annuel de DR pour 2004 (version anglaise) peut être consulté sur [www.dr.dk/omdr/index.asp?aid=28](http://www.dr.dk/omdr/index.asp?aid=28).

### **Positionnement stratégique par rapport aux chaînes privées, spécificité du service public en matière de programmes (production, contenus, grilles de programmes, supports de diffusion)**

Les chaînes du service public ont conclu avec le ministère de la Culture un contrat de service public qui fixe des engagements en matière de qualité des programmes et le contenu de ceux-ci. Les programmes d'information, de débat et de société tiennent une place centrale dans la stratégie des chaînes de service public. La promotion de la langue danoise, de la culture danoise et des programmes régionaux est également une spécificité des chaînes de service public.

A l'instar des chaînes commerciales, les chaînes de service public offrent un large panel de supports de diffusion tels l'Internet, la téléphonie mobile et la télévision sur ADSL (notamment TV2 Sputnik par le biais duquel il est possible de visionner des films et des programmes télévisés).

### **Stratégie de diversification et d'adaptation aux évolutions technologiques**

Les chaînes DR1 et TV2 sont actuellement diffusées via des signaux analogiques terrestres. L'introduction de la télévision numérique est programmée pour une mise en service au 1<sup>er</sup> avril 2006 sur l'ensemble du territoire danois. Ce réseau sera géré et partagé entre les diffuseurs par le biais d'un opérateur de multiplex privé qui fera office de superviseur et de relais (« gatekeeper »). Les signaux analogiques terrestres resteront parallèlement en service jusqu'au printemps 2009. Les chaînes commerciales indépendantes utilisent exclusivement le câble et le satellite.

### **Poids des produits dérivés dans le modèle économique de ces sociétés**

L'offre de produits dérivés représente une source de revenus non négligeable pour les diffuseurs du service public. L'offre de produits dérivés est d'autant plus importante pour TV2/Danmark qui ne bénéficie pas des recettes de la redevance. DR et TV2/Danmark assurent tous deux la production de programmes (films, téléfilm etc.) et offrent un panel de services qui leur permettent d'être concurrentiels sur le marché de l'audiovisuel. La possibilité pour les diffuseurs du service public d'offrir des prestations payantes est actuellement mise en avant et informellement discutée par les parlementaires et les directions des radiodiffuseurs.

### **Rôle des opérateurs du câble ou du téléphone (ou des groupes multimédias intégrés) dans la télévision**

Le câble est le premier moyen de diffusion audiovisuelle au Danemark ; sur 2,4 millions de foyers, 1,5 million ont accès au câble (soit 62% des foyers au Danemark). Il existe deux principaux concurrents sur le marché du câble, l'opérateur TDC Kabel TV avec environ 50 % des parts de marché et Telia Stofa Kabel TV avec 35 % des parts de marché.

DR a conclu des accords avec l'ensemble des opérateurs danois de téléphonie mobile qui ont un réseau au Danemark en vue de la diffusion des prestations et services via les téléphones portables (envoi d'informations, de titres d'actualité par SMS etc.). TV2/Danmark a également passé des accords avec des opérateurs de téléphonie mobile (TDC, 3, Orange) permettant aux utilisateurs d'accéder aux informations diffusées sur le site Internet de TV2 via leur téléphone portable.

### **Spécificités des sociétés de service public par rapport aux chaînes commerciales en matière d'information, d'émissions de télé-réalité...**

A la différence des chaînes de télévision commerciales, DR et TV2/Danmark ont l'obligation de consacrer un temps minimum à la diffusion de programmes dédiés à l'information entre 17 heures et minuit. On peut noter que la présence de deux radiodiffuseurs à vocation de service public mais indépendants l'un de l'autre engendre une concurrence accrue entre ceux-ci notamment dans le domaine des programmes d'information et de diffusion de l'actualité.

DR se positionne comme une chaîne de service public plus traditionnelle, aucun écran publicitaire n'est diffusé sur les chaînes DR1 et DR2. Par contre, TV2/Danmark a largement recours à la diffusion d'écrans publicitaires qui constitue aujourd'hui la principale source de revenus de cette société publique à vocation commerciale ce qui n'est pas le cas de DR.

Les contrats de services publics qui lient DR et TV2/Danmark ne contiennent aucune disposition particulière s'agissant des émissions de télé-réalité. Aussi bien DR que TV2/Danmark diffusent des magazines de télé-réalité mais n'ont jusqu'ici pas diffusé de « reality show » tels que « Big Brother ».

### **Stratégie du gouvernement à l'égard de l'audiovisuel public**

L'accord cadre qui lie DR et TV2/Danmark prendra fin au 31 décembre 2006. La négociation du prochain accord devrait prochainement s'engager alors que vont bon train un certain nombre de débats concernant la commercialisation par les chaînes publiques de services et de prestations commerciales. Si une telle orientation était retenue, les deux chaînes deviendraient directement concurrentes des chaînes commerciales et il deviendrait nécessaire de réformer le statut juridique de ces établissements de façon à s'accommoder de ce nouveau régime d'économie mixte (fonds publics, recettes commerciales).

Le 28 octobre 2004, le gouvernement danois a annoncé la privatisation de TV2/Danmark A/S par la mise en vente la majorité du capital (dans une fourchette de 51 à 66 %). Le processus de privatisation a été gelé en avril dernier suite à des recours formés devant le Tribunal de première instance des Communautés européennes contre la décision de la Commission européenne concernant les aides de l'Etat danois à TV2/Danmark<sup>2</sup>. L'opération de privatisation devrait reprendre et être menée à bien dès que le Tribunal aura rendu son jugement.

---

<sup>2</sup> En mai 2004, la Commission européenne avait considéré comme compatible avec le marché commun l'aide octroyée à TV2/Danmark A/S de 1992 à 2002 sous la forme du produit de la redevance et de certaines autres mesures, à l'exclusion d'un montant de 84,2 millions d'Euros qui selon la Commission constituait une aide d'Etat illicite que le Danemark devait recouvrer auprès de TV2/Danmark. Le gouvernement danois a recouvré un montant de près de 141 millions d'Euros (intérêts inclus). Afin d'éviter la faillite de TV2/Danmark à la suite de ce remboursement, le gouvernement avait décidé l'injection d'un montant de 59 millions d'Euros et la conversion d'un prêt étatique de 54 millions d'Euros en capital propre. Depuis deux autres recours ont été formés en février 2005 par deux radiodiffuseurs privés danois qui estiment que l'injection de capital et la conversion du prêt au bénéfice de TV2/Danmark constituent une aide d'Etat illicite.

## Espagne

Le secteur audiovisuel espagnol, notamment public, est en cours d'évolution.

**Le paysage audiovisuel espagnol (PAE)** est marqué par la coexistence d'acteurs anciens, partie intégrante du patrimoine audiovisuel espagnol, et d'acteurs plus récents qui devront jouer un rôle actif sur un marché de plus en plus concurrentiel pour relever le défi de la technologie numérique. Le 24 juin dernier, le gouvernement a approuvé un vaste plan de réforme.

Parmi les opérateurs classiques, il existe deux chaînes publiques nationales, TVE1 et La 2, réunies au sein du groupe Radio Televisión Española (RTVE), deux chaînes commerciales, 10 chaînes publiques dites « autonomiques » et un grand nombre de télévisions locales (environ 1000). Outre leurs émissions en analogique, les chaînes nationales, régionales et certaines chaînes locales émettent en numérique depuis 2002. Elles coexistent avec des opérateurs récents de câble, une plateforme numérique par satellite (digital+) et 2 opérateurs de TNT dont l'offre de contenus et de services est limitée faute d'équipement des foyers pour recevoir ces émissions.

Ce paysage devrait être bouleversé par le développement accéléré de la Télévision Numérique Terrestre (TNT) accompagné de l'octroi de quatorze nouvelles licences, de la libéralisation de la télévision par câble et de la réorganisation du secteur de la télévision locale, pour reprendre les principales mesures d'urgence annoncées par le gouvernement espagnol fin décembre 2004.

En termes de réglementation et de régulation, le vote d'une Loi générale de l'audiovisuel comprenant la définition d'un nouveau modèle de télévision publique et d'un Conseil Supérieur des Moyens Audiovisuels devrait accompagner les réformes. Dans cette perspective, un « comité de sages » désigné en avril 2004 par le gouvernement pour présenter des propositions concrètes a remis, le 21 février 2005, son rapport aux autorités qui devraient le transformer en loi le plus tôt possible. Enfin, le gouvernement a approuvé un « projet de loi de mesures urgentes pour le lancement de la TNT, la libéralisation de la télévision par câble et le développement du pluralisme » au contenu sensiblement différent de ce qui avait été annoncé et dont l'accueil hostile par certains opérateurs pourraient faire échouer les réformes.

Suites au traitement des attentats de Madrid, par les médias, le gouvernement de M. Zapatero a reconnu la nécessité de promouvoir un secteur audiovisuel diversifié et indépendant. De plus lors du 15<sup>ème</sup> anniversaire des télévisions privées, les acteurs du marché audiovisuel ont à nouveau exprimé leur insatisfaction quant aux entraves à la concurrence menaçant la rentabilité des principales chaînes privées.

**La volonté des autorités est de promouvoir la société de l'information** en recourant aux nouvelles technologies (du numérique surtout) tout en favorisant la diversité de l'offre. Selon les autorités espagnoles, ces changements contribueront à rattraper le retard accusé par l'Espagne en Europe dans la diffusion des nouvelles technologies et anticiper sur une future législation européenne en introduisant des normes claires et une instance de régulation. Ce nouveau cadre devrait intégrer les éléments propres à la culture audiovisuelle espagnole tels que l'importance des chaînes locales et des habitudes télévisuelles espagnoles, qui auront un impact sur la consommation des nouveaux services délivrés avec la télé numérique.

### Organisation institutionnelle du secteur audiovisuel public

#### Cadre législatif et réglementaire

Le cadre législatif et réglementaire espagnol du secteur audiovisuel public est en pleine réforme.

La réglementation de l'audiovisuel public s'est réalisée par étape. En 1980<sup>3</sup> est approuvé le texte fondamental *Ley 4/1980 Estatuto de radio y televisión* (Statut de la Radio et de la télévision), dans lequel est consacré le rôle fondamental de la Radio et de la Télévision Publique nationales en se référant à la Télévision Espagnole publique, avec ses deux chaînes (TVE1 et TVE2, devenue La 2). En 1983, la loi *Tercer Canal* a lancé les télévisions publiques autonomiques (télévisions régionales) alors qu'en 1988 la Loi *Televisión privada* a ouvert le spectre audiovisuel à l'initiative privée et aux entreprises de communications ayant un objectif essentiellement commercial (apparition des chaînes privées Antena 3, Tele 5 et Canal Plus).

Le secteur audiovisuel espagnol est également régi par la *Ley de las Telecomunicaciones por cable* (1995), la *Ley de Telecomunicaciones por satélite* (1995), la loi dite de *Acceso condicional* (17/1997 du 3 mai 1997), la *Ley Televisión sin fronteras* de 1994, et la loi 24/2001 qui définit dans une seizième disposition additionnelle la notion de service public en matière de télévision (voir infra). Enfin, la *Ley General de las Telecomunicaciones (LGT) 2003* fait référence au secteur audiovisuel de façon marginale en précisant dans deux dispositions additionnelles les obligations en matière d'accès et de transmission et le principe de régime de libre concurrence pour les services de diffusion par câble, et indique dans deux dispositions transitoires le régime transitoire des obligations en matière de télévision et le régime des services de diffusion par câble. Certains textes sont souvent obsolètes ou en déphasage par rapport aux évolutions technologiques.

Devant la complexité et la multiplicité de ces textes, tous les acteurs du secteur ont réclamé, depuis la fin des années 1990, une modernisation et une réforme législative du secteur. Alors que les télécommunications ont fait l'objet de deux lois générales des télécommunications (LGT)<sup>4</sup> à la suite de la loi 12/1997 de libéralisation du secteur des télécommunications, impulsées par les directives européennes, la réforme de la législation du secteur audiovisuel a longtemps été repoussée. Après la remise en question de l'indépendance des médias liée aux attentats du 11 mars 2004, le gouvernement espagnol de M. Zapatero a décidé récemment de lancer une réforme profonde qui s'est concrétisée par l'adoption de deux plans :

- *Plan de promotion de la Télévision numérique terrestre, de libéralisation de la télévision par câble et de développement du pluralisme*, adopté en Conseil des ministres (30 décembre 2004), qui prévoit des mesures urgentes pour la TNT (Projet de loi), la fin de l'émission analogique pour 2010, et la coordination du calendrier de lancement des télévisions numériques de couverture nationale, autonome, et locales ;
- *Plan de réforme du secteur audiovisuel* adopté par le conseil des ministres du 24 juin 2005 comprenant trois Projets de loi et deux Décrets royaux, réformant profondément l'organisation de RTVE (Radio Television Española dont TVE1 et La 2). La réforme en cours devrait toucher dans un second temps les 17 chaînes publiques autonomiques.

### **Objectifs des chaînes publiques, nature de leurs obligations de service public**

Les objectifs des chaînes publiques sont définis en référence à la Constitution espagnole de 1978, et notamment à son article 20, qui reconnaît et protège les droits de tous les citoyens « à communiquer ou recevoir librement une information vérifiée par n'importe quel moyen de diffusion ». Il établit également la garantie du pluralisme dans la société, comme l'accès des groupes sociaux et politiques significatifs aux « moyens de communication sociale dépendants de l'Etat ou de toute entité publique ». Il est également rappelé le traité d'Amsterdam (1997) signé par les Etats membres de l'Union européenne, qui indique que « la radiodiffusion de service public est directement liée aux

---

<sup>3</sup> Selon la Directrice générale de RTVE, Mme Carmen Caffarel Serra, « la télévision publique se caractérise par son fonctionnement selon une législation qui, en théorie garantit le contrôle des citoyens à travers le Parlement et sa Commission de contrôle et dont les contenus doivent être soumis à la fonction de service public. Dans cette législation – Estatuto de radio y Televisión – la personne central est son Directeur général, qui est désigné par le gouvernement ».

<sup>4</sup> Ley 12/1997 de Liberalización de la telecomunicaciones ; Ley 11/1998 general de telecomunicaciones (Avril 2003) ; Ley 32/2003 General de la Telecomunicaciones (novembre 2003).

*besoins démocratiques, sociaux et culturels de chaque société ainsi qu'à la nécessité de préserver le pluralisme dans les médias ».*

Plus précisément, la loi *Estatuto de radio y Television* indique dans son préambule que « *la radiodiffusion et la télévision, considérées comme service public essentiel dont l'Etat a la compétence, se conçoit comme véhicule essentiel d'information et de participation politique des citoyens, de formation de l'opinion publique, de coopération avec le système éducatif, de diffusion de la culture espagnole et de ses nationalités et régions, et comme un moyen capital pour contribuer à ce que la liberté et l'égalité soient réels et effectifs, avec une attention spéciale à la protection des minorités et à la non discrimination de la femme ».*

Les activités des médias de communication publique doivent respecter les principes suivants :

1. L'objectivité, la véracité et l'impartialité des informations,
2. La distinction entre information et opinions,
3. Le respect du pluralisme politique, religieux, social, culturel et linguistique,
4. Le respect de l'honneur, la réputation, la vie privée des personnes et des droits reconnus par la Constitution
5. La protection de la jeunesse et de l'enfance<sup>5</sup>
6. Le respect des valeurs d'égalité reconnues dans la constitution.

En complément, la loi 24/2001, qui modifie l'article 5 de la loi 4/1980 *Estatuto de radio y Television*, indique que la gestion directe des services publics de radiodiffusion sonore et de télévision s'exercera à travers l'entité publique RTVE (...), la fonction de service public étant définie de la manière suivante :

*La production et l'émission d'un nombre équilibré de programmes et de chaînes, généralistes et thématiques, de radio et de télévision, qui intègrent des programmes diversifiés, de tous genres, dans le but de répondre aux nécessités démocratiques, sociales et culturelles de l'ensemble des citoyens, garantissant l'accès de la population à l'information, à la culture, à l'éducation et au divertissement de qualité.*

Dans cette perspective, les programmations de RTVE, dans le double objectif de rentabilité sociale et d'efficacité économiques doivent :

- Promouvoir la connaissance des valeurs constitutionnelles
- Promouvoir activement le pluralisme, dans le plein respect des minorités, à travers le débat démocratique, l'information objective et plurielle et la libre expression d'opinions.
- Promouvoir le respect de la dignité humaine et, spécialement, les droits des enfants mineurs, l'égalité des sexes, la non discrimination pour des motifs de race, d'idéologie, de religion ou de toute autre raison personnelle ou sociale
- Promouvoir la diversité culturelle et linguistique
- Offrir qualité, diversité, innovation et exigence éthique
- Maintenir l'objectif d'atteindre la plus grande audience, s'assurant de la plus grande continuité et couverture géographique, sociale et culturelle
- Favoriser l'accès de tous aux différents genres de programmation et aux événements institutionnels, sociaux, culturels et sportifs, en se tournant vers tous les segments de l'audience, d'âges et de groupes sociaux, et également des minorités ayant des handicaps.
- Favoriser l'éducation, par la diffusion intellectuelle et artistique de connaissances civiques, économiques, sociales, scientifiques et techniques, et par son développement grâce à des moyens audiovisuels.
- Assurer la protection des droits du consommateur
- Développer la production audiovisuelle espagnole et européenne.

---

<sup>5</sup> RTVE a adopté un code d'autorégulation sur les contenus télévisuels et la protection de l'enfance.

*L'ensemble des productions et programmes de radio et de télévision effectués par RTVE doivent répondre aux obligations intégrées dans la mission de service public (développée ci-dessus), tant dans les programmations nationales, que celles qui concernent les territoires des différentes Communautés autonomes.*

*De même, fait partie de la fonction de service public d'offrir des émissions internationales, qui contribuent à aider la diffusion extérieure des langues, cultures et réalités de l'Etat espagnol.*

### **Statut et actionnariat des sociétés de l'audiovisuel public**

Tant la télévision que la radio publiques sont considérées comme des services publics et, comme tels, sont gérés par une entité publique, RTVE, entreprise de droit public, dotée d'une personnalité juridique propre (Article 5 de la loi 4/1980). Son statut d'entreprise publique fait que RTVE suit les règles générales des entités publiques, définies par la Loi 6/1997 d'organisation et de fonctionnement de l'Administration générale de l'Etat et de la Loi générale du budget de 2003. Après la réforme (voir infra), la gestion de ce service public serait assurée par deux sociétés commerciales (RTVE SA et RNE SA), relevant du droit privé.

Selon l'*Estatuto de radio y Television*, la gestion du service public de radiodiffusion doit se réaliser à travers deux sociétés publiques : Radio Nacional de España (RNE) et Radio Cadena Española (RCE). La gestion du service public de télévision est réalisée par la société publique Television Española (TVE).

Le capital de ces sociétés est intégralement public, appartenant en totalité à l'entité publique RTVE, et ne peut être aliéné, hypothéqué, grevé, engagé ou cédé de manière onéreuse ou gratuite.

Le gouvernement, sur proposition du directeur général, et en accord avec le Conseil d'administration de RTVE, peut créer des sociétés filiales dans les secteurs de commercialisation, du câble et des médias analogues, avec l'objectif de garantir la gestion la plus efficace. Les sociétés filiales créées sont, dans tous les cas, de capital intégralement public ayant les mêmes obligations et privilèges que TVE, RCE et RNE.

### **Gouvernance de ces sociétés : composition des conseils d'administration, modalités de nomination des administrateurs et des mandataires sociaux, ministères de tutelle**

L'entité publique RTVE est composée de trois organes (sections II et III de *Estatuto de radio y Television*) :

**Un Conseil d'administration**, composé de 12 membres, élus par les parlementaires (6 par le Congrès des députés, 6 par le Sénat), selon une règle de majorité des deux tiers de la Chambre, et choisis parmi des personnalités aux mérites professionnels reconnus. Le statut de membre du Conseil d'administration est incompatible avec n'importe quel lien direct ou indirect avec des entreprises publicitaires ou de production de programmes filmés, des maisons de disques ou des entités liées à la fourniture de matériel ou de programmes pour RTVE et ses sociétés. La présidence du Conseil d'administration est purement fonctionnelle et s'exercera par ses membres tour à tour.

### **Trois Conseils pour Radio Nacional de España, (RNE), Radio Cadena española (RCE) et Television Española (TVE), composés par :**

- 5 représentants des salariés désignés par les sections des centrales syndicales les plus représentatives, à la proportionnelle ;
- 5 représentants désignés par l'Institut d'Espagne, en accord avec le Conseil d'administration, parmi des personnalités reconnues par leurs activités culturelles ;
- 5 représentants de l'administration publique, désignés par le gouvernement ;

- 5 représentants des entités autonomiques, désignés par elles-mêmes de façon à ce que soit garantie leur présence successive dans chacun des trois conseils.

Chacun des trois Conseil sera convoqué au moins une fois tous les six mois par le Conseil d'Administration de RTVE.

**Un Directeur général**, nommé par le gouvernement, après avis du Conseil d'administration. Le mandat du Directeur général est de quatre ans. Le directeur général est l'organe exécutif de RTVE et participe aux votes lors des réunions de son Conseil d'administration, à l'exception des votes concernant des questions qui l'affectent personnellement. Le statut de Directeur général a les mêmes incompatibilités que celles des membres du Conseil d'administration.

Le Gouvernement pourra mettre fin au mandat du Directeur général, après avis du Conseil d'administration, par une résolution motivée pour une des raisons suivantes :

- impossibilité physique ou maladie continue de plus de 6 mois.
- incompétence manifeste ou action contraire aux critères, principes ou objectifs définis par la loi *Estatuto de radio y Television*.
- Condamnation pour délit.

Le Conseil d'administration peut également proposer (majorité des deux tiers) de mettre fin au mandat du directeur général, ce qui doit être entériné par le gouvernement.

Dans les statuts des sociétés publiques TVE, RNE et RCE, est défini la charge d'administrateur unique « director de medio », nommé par le directeur général, après avis du Conseil d'administration de RTVE. Ces directeurs sont responsables de la programmation, sous la supervision du Directeur général. Cette charge a les mêmes incompatibilités que les membres du conseil d'administration de RTVE.

### **Sur le plan territorial, RTVE a également des organes de représentation**

Dans chaque Communauté autonome est nommé un Délégué territorial de RTVE par le Directeur général de la société, après avis de l'organe représentatif compétent appartenant à la Communauté autonome. Sera également nommé par le directeur général de RTVE un directeur pour chacun des trois médias ((RNE, RCE et TVE).

Le Délégué territorial est assisté par un Conseil nommé par le gouvernement de la Communauté autonome, dont la composition sera déterminée par loi territoriale. Ce conseil doit étudier les nécessité et capacités de la Communauté autonome dans le but d'assurer la décentralisation adéquate des services de radio et télévision (...) et proposer, à travers le Délégué territorial, les recommandations opportunes au Conseil d'administration de RTVE.

RTVE, à travers de son organisation territoriale, devra élaborer une proposition de programmation spécifique de radio et télévision qui sera émise à l'échelle territoriale de la « nationalité » ou de la région concernée, en respectant la part de programmes et la distribution déterminées par la programmation nationale que le gouvernement fixera annuellement sur proposition conjointe du Conseil d'Administration et du Directeur général de RTVE.

Le contrôle de l'application des objectifs de service public par RTVE et de ses sociétés est assuré par une Commission permanente parlementaire – **la Comisión de Control Parlamentario de RTVE** - du congrès des députés, « de manière à ne pas empêcher le fonctionnement des médias dans l'accomplissement de leur mission de service public ». Dans cette perspective, RVTE remet annuellement à la Commission parlementaire un rapport sur l'exécution des missions de service public. Des **commissions régionales** contrôlent l'activité des chaînes autonomiques. Le seul pouvoir de ces commissions est de poser des questions dans tous les domaines concernant le secteur public, et leur contrôle s'est avéré inefficace.

Il n'existe pas officiellement de ministère de tutelle pour RTVE, cependant les services de la présidence du gouvernement exercent une tutelle de fait. En d'autres termes, il n'y a pas théoriquement de dépendance fonctionnelle, notamment sur les contenus.

### **Forme et modalités d'exercice de la tutelle de l'Etat sur ces sociétés**

Selon la loi *Estatuto de radio y Television*, « les compétences de la radiodiffusion et de la télévision, qui appartiennent à l'Etat, sont confiées à l'entité publique RTVE, dont la nature administrative répond aux principes de décentralisation fonctionnelle, leur gestion étant assurée par les sociétés publiques *Radio Nacional de España, Radio Cadena Española et Televisión Española* ». Sans ministère de tutelle, le rôle des autorités politiques se limite théoriquement à la nomination des dirigeants de RTVE et via le contrôle direct du Parlement.

Dans les faits, les services de la présidence du gouvernement exercent une tutelle de fait sur l'audiovisuel public à travers la Vice-présidence et Ministre de la présidence. Le Ministère de l'industrie, du tourisme et du commerce, à travers le Secrétariat d'Etat aux Télécommunications et à la Société de l'information suit essentiellement le secteur privé<sup>6</sup> mais a une compétence générale pour « l'élaboration et la proposition de normes concernant l'organisation et la régulation des médias audiovisuels ». En revanche, le Secrétariat d'Etat aux télécommunications et à la société de l'information a la « compétence de contrôle, d'inspection et de sanction en matière de télécommunication, médias audiovisuels et société de l'information, excepté dans les cas où un autre organe des administrations a compétence ». Concrètement, il ne recourt que rarement à son pouvoir de sanction.

Ainsi le rapport du Comité des sages (voir infra) créé pour réformer le secteur audiovisuel public - **Comité de Expertos sobre la reforma de los medios de comunicación de titularidad estatal** - a été remis à la vice-présidence. Par la suite, le projet de réforme du secteur audiovisuel a été proposé conjointement par la vice-présidence du gouvernement espagnol et par le Ministre de l'industrie, du tourisme et du commerce.

L'absence d'organe de régulation conduit à transférer au pouvoir politique une grande partie du contrôle de l'audiovisuel, le projet de réforme actuelle ayant pour ambition de prendre les mesures nécessaires pour garantir l'indépendance de RTVE sur le long terme.

### **Organisme de régulation du secteur**

Aujourd'hui l'Espagne ne dispose pas d'un organe de régulation audiovisuelle nationale. Existente cependant deux autorités autonomiques indépendantes de l'audiovisuel (Catalogne, Navarre).

Le Conseil de l'Audiovisuel de Catalogne (CAC), créé en 2000, exerce en principe ses compétences exclusivement en Catalogne. Bien que ce conseil soit doté d'une réelle indépendance et de fonctions importantes en matière de régulation, il n'exerce pas sa fonction de régulateur régional étant donné d'une part l'absence de télévision autonome privée et d'autre part la mise en place par la Télévision régionale publique de ses propres organes de contrôle. En revanche, le CAC met en œuvre des accords de régulation avec les chaînes privées nationales, ce pour quoi il n'est pas compétent en théorie, en appliquant les normes issues de la directive « télévision sans frontière ». Le Conseil de l'Audiovisuel de Navarre est chargé de veiller au respect des normes audiovisuelles en Navarre depuis 2001. Cependant l'absence d'opérateurs régionaux dans cette communauté limite son activité. Ces deux conseils exercent néanmoins un contrôle sur l'offre et l'octroi de fréquences de télévision locale.

Des conseils de moindre ambition se sont constitués en Andalousie, en Galice et à Madrid.

Dans ce cadre, la Commission du Marché des Télécommunications (CMT) devrait jouer d'ores et déjà un rôle de régulateur dans le secteur en vertu de ses fonctions. Elle est chargée d'assurer l'arbitrage des conflits entre les opérateurs, de surveiller le financement des chaînes d'adopter les mesures

---

<sup>6</sup> Le Secrétariat d'Etat aux télécommunications et à la société de l'information a « compétence de contrôle, d'inspection et de sanction en matière de télécommunication, médias audiovisuels et société de l'information, excepté dans les cas où un autre organe des administrations a compétence ».

nécessaires au maintien de la concurrence. Néanmoins, dans le secteur audiovisuel, le contrôle de la CMT est inefficace et ses décisions sont régulièrement contournées. Sur le plan fonctionnel, la direction audiovisuelle de la CMT a été dissoute, le suivi des dossiers étant réparti entre différentes directions.

**La mise en place d'un organe de régulation national et indépendant** (comparable au CSA français), **a souvent été annoncée mais les précédentes initiatives ont conduit à l'échec.** Durant la législature 1992-1995, un comité de professionnels avait été créé pour proposer un organe de régulation des contenus audiovisuels. En 1995, la création d'un Conseil supérieur des moyens audiovisuels avait été largement approuvée par le Sénat. Il devait assumer un triple rôle incluant le contrôle de légalité des normes de régulation, le recueil des plaintes émises par les citoyens spectateurs et la rédaction de rapports permettant d'informer le Gouvernement et les organes judiciaires compétents des problèmes relatifs aux contenus télévisuels. Les 7 à 11 membres du Conseil devaient être nommés par le Parlement et une participation de la société civile était prévue au travers de ses organisations. En dépit de la volonté parlementaire, la législature 1996-2000 n'a pas donné naissance au régulateur, les groupes parlementaires étant partagés entre divers projets. Le Parti Populaire, alors au pouvoir, envisageait pour ce Conseil de l'Audiovisuel un budget, un Secrétaire et un Président commun avec la CMT. En revanche, dans le modèle élaboré par le groupe socialiste, le régulateur devait jouir d'une autonomie tant organique et budgétaire que fonctionnelle avec un pouvoir de sanction direct. Ce modèle faisait partie du programme électoral du PSOE lors des dernières élections.

**Devant ces précédents échecs, le rapport du « Comité des Sages » a proposé la constitution d'un Conseil Audiovisuel** dont les membres seraient élus pour six ans par les chambres parlementaires. Il disposerait des mêmes prérogatives que ses homologues européens : octroyer des licences, veiller aux dépenses de RTVE, au respect des normes, notamment en matière de contenus et de publicité, et sanctionner les chaînes. Que le Comité ait été vague sur la question ou que la presse n'en ait pas fait grand cas, un flou continue à peser sur la définition de l'organe de régulation audiovisuelle au lendemain de la remise du rapport des sages. In fine, l'actuel projet de réforme reprend partiellement les idées avancées par le comité des sages.

**La résolution des conflits s'opère sur la base de la réglementation européenne, qui semble notamment remettre en question les aides publiques.**

**Pour résoudre concrètement les conflits, les autorités espagnoles se réfèrent aux normes européennes** en se fondant sur la directive « télévision sans frontières » adoptée en 1989 et révisée en 1997, et la recommandation sur la protection des mineurs et de la dignité humaine dans les services audiovisuels adoptée en 1998. Pour remédier aux distorsions de concurrence sur le marché audiovisuel, plusieurs sources réglementaires servent à orienter les décisions : les normes sur la concurrence présentes dans le Traité de Maastricht et dans la directive TVSF révisée lors de l'adoption du Traité d'Amsterdam et la jurisprudence communautaire qui détermine notamment les conditions de légalité des aides publiques. Cependant, pour que les aides publiques soient compatibles avec les traités, l'entreprise bénéficiaire doit être chargée de l'exécution d'obligations de service public clairement définies. La compensation doit être mesurée selon des paramètres transparents et objectifs et ne pas dépasser les dépenses occasionnées par les obligations.

### **Modalités de financement de l'audiovisuel public**

**Structure des recettes des chaînes de TV publiques (financement public / publicité / autres sources de revenus)**

RTVE est intégré depuis 2001 au patrimoine de la SEPI (*Sociedad Estatal de Participaciones Industriales*) qui a vocation regrouper toutes les participations industrielles détenues par l'Etat<sup>7</sup>. Le rattachement patrimonial de RTVE à la SEPI devait contribuer à garantir son assainissement économique grâce à une gestion financière plus efficace. Dans cette perspective, RTVE a adopté des règles de comptabilités analytiques depuis novembre 2004 afin de garantir la transparence de gestion de l'entité publique.

Lesystème de financement de RTVE provient de recettes commerciales, de subvention publiques, et de l'endettement.

En 2003 et 2004, TVE 1 et 2 sont les chaînes de TV qui ont obtenu le plus de recettes publicitaires. TVE se trouve en tête des télévisions publiques européennes en terme de financement par la publicité, qui ne connaît aucune limitation, hormis des plafonds de 20% et 15% d'émissions horaires et journalières respectivement. Cette situation privilégiée permet à TVE d'exercer des prix plus bas que ses concurrents sur le marché publicitaire.

S'agissant du secteur privé, le financement des télévisions privées repose essentiellement sur la publicité.

### **Description des relations financières avec l'Etat**

Il n'existe pas de contractualisation pluriannuelle pour RTVE, bien que cela soit l'un des objets du projet actuel de réforme. Les dotations budgétaires sont annuelles mais couvrent de façon très réduite les besoins de financement de RTVE.

Il n'existe pas d'impôt affecté ou de redevance, bien que cela soit l'objet d'un débat parmi les professionnels du secteur.

### **Règles encadrant la diffusion d'écrans publicitaires**

Les lois régissant la publicité et la télévision sont les suivantes :

- Loi générale de la publicité : Loi 34/1988, du 11 novembre, consultable à l'adresse suivante : <http://civil.udg.es/normacivil/estatal/contract/Lgp.htm>

Cette loi fixe les règles sur la publicité en Espagne et définit dans l'article 3 la publicité illicite : la publicité portant atteinte à la dignité de la personne ou causant préjudice aux valeurs reconnues par la Constitution.

La publicité mensongère

La publicité déloyale

La publicité subliminale

La publicité enfreignant les normes de la publicité de certains produits, biens, activités ou services (produits et services sanitaires, jeux de hasard...)

- Loi 25/1994, du 12 juillet, qui applique la directive Européenne TSF 89/552/CEE sur les activités de la radiodiffusion télévisée et notamment l'article 10 sur la publicité interdite.

Cette loi est consultable à l'adresse suivante :

[http://www.setsi.mcyt.es/legisla/radio\\_tv/ley25\\_94.htm](http://www.setsi.mcyt.es/legisla/radio_tv/ley25_94.htm)

Est interdite :

Toute forme, directe ou indirecte, de publicité sur les cigarettes et autres produits du tabac.

La publicité de médicaments et de traitements médicaux qui sont seulement disponibles sur prescription médicale.

La publicité à contenu essentiellement ou majoritairement politique

La publicité clandestine

---

<sup>7</sup> La SEPI a été créée en 1996 et dépend du ministère de l'économie et des finances. [www.sepi.es](http://www.sepi.es)

De façon générale, les autorités espagnoles ont mené une politique très libérale en ce qui concerne la publicité télévisée. Les mesures réglementaires imposées par les lois sur la durée et le contenu de la publicité ne sont pas toujours respectées et les restrictions imposées sont souvent l'objet de controverses entre l'administration et les chaînes de télévision. Les télévisions privées critiquent les distorsions à la concurrence introduites sur le marché publicitaire par le double financement de RTVE.

Tele5 et Antena 3 ont clôturé l'année 2004 avec succès par rapport aux résultats de l'année 2003 marquée par la récession du marché publicitaire. Les « autres télévisions » (cable, numériques et locales) ont également connu une année de croissance de 9,1% en moyenne, tandis que les télévisions régionales ne parviennent pas encore à faire face à la concurrence et souffrent de déficit récurrent.

Dans les faits, le bilan économique dressé par l'UTECA lors de l'anniversaire des 15 ans de la télévision privée révèle cependant que le modèle espagnol n'est pas rentable pour les chaînes commerciales. Depuis leur lancement, elles auraient gagné 348 MEUR, ce qui suppose un recouvrement de seulement 27% du capital investi. L'association attribue ce mauvais bilan au bas coût de la publicité<sup>8</sup> et aux distorsions de concurrence entre les diverses chaînes.

Sur le plan local et privé, les nombreuses chaînes sont en général déficitaires. Pour mémoire, la prolifération de télévisions locales hors de tout cadre juridique est un phénomène spécifique à l'Espagne. Plus de 1000 chaînes ont été créées au cours des 20 dernières années sans concession de licences. En revanche, l'entrée de grands groupes de communication dans ces chaînes ces quatre dernières années a facilité leur consolidation et y a introduit une gestion plus professionnelle. Il s'agit de groupes comme Prisa -qui détient 79 chaînes locales sous la marque Localia-Vocento ou Grupo Popular. Ces chaînes ne peuvent pas être considérées comme « pirates » car leur sont concédées des fréquences par Retevisión -propriétaires de 80% du réseau audio espagnol-. D'aucuns estiment que le projet de Loi audiovisuel menace la rentabilité de ces télévisions locales en limitant leurs émissions « *en chaîne* », c'est-à-dire la diffusion d'un programme unique sur différentes chaînes simultanément, procédé qui permet au groupe de chaînes d'obtenir des prix intéressants pour la diffusion de ses programmes/publicité. La partie du projet de loi concernant les télévisions locales vient néanmoins d'être assouplie -dans le cadre des mesures d'urgences prises par le gouvernement- élevant à deux (plutôt qu'à un seul) le nombre de programmes que sont autorisées à émettre les mairies et rallongeant la durée des concessions à dix ans contre cinq, afin de les harmoniser avec d'autres chaînes de couverture plus large et de faciliter l'amortissement des investissements.

### **Budget et modalités de financement de l'audiovisuel public extérieur**

De façon générale, tant RNE que TVE produisent et émettent des programmes extérieurs selon des programmations spécifiques et thématiques internationales en Amérique, Europe, Asie, Océanie et Afrique, diffusés par câble ou satellite. A la fin 2004, plus de 50 millions de foyers dans le monde entier ont accès aux différentes chaînes de TVE. Ainsi 47,55 millions de foyers sont abonnés à TVE international ; 1,63 millions à la chaîne d'informations *24 heures* ; 1,233 millions à la chaînes *Grands documentaires* ; et 252 000 à la chaîne *Canal Nostalgie*. A l'exception de l'émission en onde courte ou par internet, la diffusion internationale se fait grâce à deux plateformes RTVE Amérique et RTVE Europe, par transmission numérique. Avec une programmation essentiellement nourrie des productions émises par TVE1 et La 2, TVE international maintien une personnalisation de son offre avec notamment des revues hebdomadaires « Magazines » et « internationales », des longs métrages, des documentaires (producteurs indépendants), et des dessins animés.

Diffusion internationale de RTVE (voir graphique en annexe)

### **Stratégie et positionnement des chaînes publiques**

#### **Poids des chaînes publiques en termes d'audience, de chiffre d'affaires, évolution sur les cinq dernières années**

---

<sup>8</sup> D'aucuns estiment que le prix de la publicité à la télévision est sous-évalué en Espagne.

2004 a été l'année de la plus consommation télévisuelle en Espagne. Selon le système d'observation de l'audience sur le territoire espagnol (Péninsule, Baléares et canaries) chaque individu de 4 ans et plus a consacré 218 minutes à regarder la télévision par jour (5 minutes de plus qu'en 2003). Chaque espagnol est donc resté devant sa télévision l'équivalent de 55 jours en 2004, plaçant l'Espagne comme un des grands marchés de la télévision en Europe, derrière l'Allemagne, la Russie, l'Italie, et le Royaume Uni.

TVE représente une part de marché de **28,2%**, soit un peu plus du quart de toute la télévision consommée au cours de 2004. En d'autres termes, chaque espagnol a consacré 62 minutes par jour à regarder TVE (47 minutes pour TVE1 et 15 minutes pour TVE2).

Les chaînes autonomiques perdent également du terrain. L'ensemble des chaînes publiques nationales et autonomiques a perdu 3,2 points d'audience au profit essentiellement des chaînes locales, thématiques et du câble) qui ont progressé de 1,4 points.

	2004	2003	2002	2001	2000
<b>TVE 1</b>	<b>21,4</b>	<b>23,4</b>	<b>24,7</b>	<b>24,8</b>	
<b>La 2 (TVE)</b>	<b>6,8</b>	<b>7,2</b>	<b>7,7</b>	<b>7,8</b>	
<b>Total TVE</b>	<b>28,2</b>	<b>30,6</b>	<b>32,4</b>	<b>32,6</b>	<b>32,4</b>
Tele 5	22,1	21,4	20,2	21	22,3
Antena 3	20,8	19,5	20,2	20,4	21,5
C+	1,8	2	2	2,3	
Autonomiques	17,4	18,2	17,7	17	
Autres	9,7	8,3	7,4	6,7	
Temps de consommation (minutes)	218	213			

L'audience de TVE1 et TVE2 n'a fait que chuter depuis 2001 (28,2% en 2004 contre 30,6% en 2003). La première a ainsi atteint ses résultats les plus bas ces deux dernières années : 23,4% et 21,4% de l'audience. Il en est de même pour la deuxième avec 6,8% d'audience en 2004. Enfin et pour la première fois dans l'histoire de la télévision espagnole une chaîne privée, Tele5, a dépassé la première chaîne publique. Ce nouveau classement s'explique en partie par la baisse d'audience enregistrée par le football. Les équipes autres que le Barça et le Real Madrid ne garantissent plus des millions d'auditeurs et la télévision publique n'a pas su s'affirmer dans le domaine de la télé réalité qui garantit des millions d'auditeurs pour des programmes exigeant des investissements relativement faibles.

### **Positionnement stratégique par rapport aux chaînes privées, spécificité du service public en matière de programmes (production, contenus, grilles de programmes, supports de diffusion)**

Selon la directrice générale de RTVE, les services publics audiovisuels doivent contribuer à renforcer le développement de programmes culturels, ce qui doit se convertir en un « projet national et international de diversité culturelle de notre pays ». Selon Mme Caffarel, il s'agit d'aider davantage le cinéma, le sport et l'éducation et, de façon générale, toutes les industries culturelles. Ainsi chaque année, RTVE dépense annuellement plus de 350 MEUR pour le cinéma espagnol, 200 MEUR pour le sport, 46 MEUR pour les programmes culturels, 26 MEUR pour les programmes infantiles et 31 MEUR pour les programmes institutionnels, du sport olympique aux campagnes publicitaires des ONG ou pour d'autres organisations sociales. Si à ces investissements sont ajoutés le coût des émissions internationales du groupe et des programmes d'informations « *todo noticias* » de radio et de télévision, le montant annuel atteint 550 MEUR, ce que Mme Caffarel compare volontiers avec les 600 MEUR de déficit d'exploitation annuel.

Dans les faits et selon de nombreux acteurs du secteur, les spécificités du service public en matière de programmes ne sont pas très prononcées. Les grilles de programmes et leurs contenus sont proches de celles de l'audiovisuel privé, et privilégient les jeux. Les dispositions de la directive « Télévision sans frontière » en matière de quotas de diffusion d'œuvres européennes ne sont pas respectées.

## **Stratégie de diversification et d'adaptation aux évolutions technologiques**

RTVE parie sur la création de 6 chaînes en plus des deux déjà existantes TVE1 et TVE2 à travers la création d'une plateforme numérique. Les chaînes seront thématiques et centrées sur les documentaires, le sport, des programmes « nostalgiques » (sur les années 60, 70, 80 ...), l'information (Canal 24 horas), la musique et les films classique, et enfin la jeunesse. RTVE semble vouloir jouer un rôle important dans le lancement des nouveaux services associés à la TNT.

Ces chaînes sont déjà disponibles mais seulement pour les abonnés du câble (Auna et ONO), mais ne sont pas toutes offertes par toutes les opérateurs de câble, qui font partie ou non de leur service basique (au delà « qui veut voir, doit payer »).

RTVE a annoncé vouloir demander 8 canaux (correspondants à 8 chaînes) à l'Etat, soit 6 de plus que ses canaux actuels et se déclare prête à émettre ses programmes en TNT. Ils sont déjà disponibles par câble dans certaines zones géographiques et sont aussi vendus à la plateforme satellite Digital+.

La nouvelle réforme octroie un rôle clé à RTVE dans le domaine des nouvelles technologies de l'audiovisuel pour le passage à l'ère numérique.

## **Poids des produits dérivés dans le modèle économique de ces sociétés**

Pour RTVE et s'agissant des activités commerciales, le système de financement mixte établi légalement pour RTVE lui permet de trouver des ressources sur le marché, commercialisant ses chaînes, produits et services sur les marchés publicitaires. Ces activités se concrétisent par la vente d'espaces publicitaires des chaînes de diffusion internationale de TVE et d'autres opérations commerciales. La plus grande partie des ressources commerciales de RTVE proviennent de la vente d'espaces publicitaires.

Mais RTVE a obtenu également des ressources additionnelles de la commercialisation de produits dérivés, liés à la vente de droits, de droits de doublage et programmes et d'autres opérations commerciales incluant la distribution des canaux thématiques et internationaux de TVE. Parmi les « autres opérations commerciales » RTVE comptent la gestion de droits - propriété industrielle et intellectuelle – liés à des produits dérivés, correspondant aux vidéographiques, publications, éditions musicales, merchandising, et publicité liée au télétexte et à internet. Enfin, il s'agit d'opération en forte croissance actuellement comme les services téléphoniques à valeur ajoutée et payants pour des concours ou des jeux via notamment les SMS ou MMS.

En 2004, une nouvelle activité commerciale s'est développée liée à la commercialisation des archives de radiotélévision espagnole en collaboration avec les compagnies discographiques, ce qui a fait de RTVE le fournisseur principal d'images pour les DVD musicaux. RTVE a également commercialisé des CD de musiques d'émissions, des DVD grâce des accords avec des maisons de production (notamment Columbia), et a tiré des revenus de la commercialisations de produits dérivés ayant la marque TVE (CD interactif et éducatifs, peluches, jouets, ligne vestimentaire ou matériel scolaire). A l'international, 2004 a été pour RTVE l'année d'une récupération significative de part de marché dans la distribution de programme en France, en Europe de l'Est et tout spécialement en Amérique latine, où une série de TVE a représenté le produit espagnol le plus vendu.

## **Rôle des opérateurs du câble ou du téléphone (ou des groupes multimédias intégrés) dans la télévision**

Trois nouvelles technologies relatives à la distribution de contenus audiovisuel ont été introduites ces dernières années en Espagne : la TNT, la télévision par câble et par satellite. Ces technologies ont permis l'entrée de nouveaux opérateurs au succès inégal.

**L'Espagne a été le troisième pays d'Europe à lancer la TNT** après la Suède et le Royaume Uni. La première plateforme de TNT payante a été introduite sur le marché sous le nom de Quiero TV en 2000, soit prématurément vu l'avancement technologique de l'Espagne. Cette même année, deux

licences de TNT gratuites furent attribuées à Veo TV (détenue à 25% par le groupe de communication Recoletos) et à Net TV (Prensa) pour une durée de 10 ans. Deux ans plus tard, Quiero TV en situation de faillite, a remis sa licence au gouvernement. Aujourd'hui, Veo TV et Net TV, ne disposant pas d'une audience suffisante (600 utilisateurs pour Veo TV), se limitent à émettre des vidéos musicales inaccessibles au public. En effet, la grande majorité des téléviseurs sont dépourvus de récepteurs de signaux numériques. Les chaînes publiques analogiques émettent en numérique depuis 2002.

Les **opérateurs de chaînes par câble** sont également prestataires d'un service public géré de manière indirecte, par concession administrative. Le service est prêté par circonscription territoriale requérant l'autorisation des Communautés autonomes ou des mairies. Ono et Auna ont acquis une place privilégiée sur ce marché constitué au total de 15 opérateurs dispersés sur le territoire. Les autres opérateurs régionaux de câble sont regroupés dans l'Association d'Opérateurs de Câble (AOC). Les deux principaux acteurs se sont formés à partir de la consolidation d'opérateurs régionaux. ONO et Auna comptent environ 350 000 abonnés chacun alors que les autres opérateurs regroupent à eux tous 200 000 abonnés.

La **télévision numérique par satellite** n'est pas considérée comme service public. Toutefois la prestation de ce service est accompagnée d'une autorisation administrative ainsi que d'une concession dans la mesure où est impliquée l'utilisation du spectre électromagnétique. **Cette technologie de distribution de contenus est celle qui a connu le plus de succès.** La télévision par satellite rassemble déjà 1,6 million d'abonnés ce qui résulte en partie de la fusion en novembre 2002 de Canal Satellite digital détenue par Sogecable et Via digital (Telefónica) en une seule chaîne, Digital +, dont les émissions ont débuté en Juillet 2003.

Il existe depuis novembre 2004 un opérateur de **télévision ADSL** payante, commercialisée par Telefónica sous la marque **Imagenio**, et non prestataire de service public. Ce mode de réception de la télé numérique présente l'avantage d'exiger comme seul équipement la ligne téléphonique et un décodeur. L'utilisateur jouit en outre de contenus réellement à la carte et du service de vidéos à la demande. Le service est prêté à travers 22 chaînes à environ 5000 abonnés dans les villes de Madrid, Barcelone et Alicante. Toutefois, Telefónica doit remédier à un défaut technique majeur : la réception des chaînes est impossible dès lors que la centrale de commutation de l'opérateur se situe à plus de 3 km du client. Tandis que des départements de R&D de l'opérateur historique espagnol travaillent à une solution technique, les installations en cours respectent la distance d'1 km et demi entre le commutateur et le client.

Malgré la volonté des autorités d'introduire de la concurrence sur les marchés de la télévision par câble et par satellite, les opérateurs ne résistent pas à la concentration. Ainsi, alors que la chaîne Via digital avait été lancée pour favoriser la diversité sur le marché de la télé par satellite, les deux protagonistes du marché ont fusionné en 2003 donnant naissance à **Digital+** impliquant l'abandon d'un certain nombre de chaînes. La concentration des deux contenus premium les plus importants, le football et les films hollywoodiens, pourrait affecter négativement les opérateurs de câbles qui subissent des prix élevés.

En dépit de la concurrence avec Digital +, les opérateurs de câble maintiennent un nombre assez élevé d'abonnés grâce à l'offre du paquet de télévision par câble qui inclut des services Internet haut débit et de téléphonie fixe à un prix compétitif..

Malgré une tendance à la concentration, le marché des télévisions payantes demeure un des plus concurrentiel d'Europe. Une étude réalisée par la faculté de communication de l'Université de Navarre a conclu que l'Espagne présentait le troisième plus faible niveau de concentration des marchés audiovisuels d'Europe.

Sur le marché de la télévision payante, les perspectives de croissance ne sont pas évidentes. En effet, le taux de pénétration de la télévision payante en 2003 semble stagner à 23%, contre un taux de presque 80% en Allemagne selon une enquête de la CMT. Ce manque de dynamisme de la demande

pourrait être imputable au mode de vie espagnol et à sa culture de consommation télévisuelle. Le Directeur de la division télé numérique interactive de Teccidél (entreprise spécialisée dans ce marché) qualifie la télévision espagnole de « générateur de fond sonore à l'heure du déjeuner » ou encore « d'appel à la sieste » après le repas. Ainsi même Digital+, télévision payante ayant le plus d'abonnés, reconnaît nombre d'incertitudes face à la résistance du marché espagnol. A la suite du processus d'absorption de Via digital, la plateforme satellite rencontre des difficultés à facturer plus cher ses nouveaux services à ses anciens clients si bien que le nombre de nouveaux abonnés ne compense pas la perte des anciens. A long terme, le développement de la TNT et du câble ainsi que des contenus interactifs, pourraient nuire à la compétitivité de la télévision par satellite dont l'interactivité nécessite des infrastructures très coûteuses et dont la capacité à offrir des chaînes est limitée. En somme, l'avenir de la télévision payante est pour l'heure très difficile à tracer d'autant plus que les projets du gouvernement pourraient contribuer à transformer les habitudes culturelles espagnoles relatives à la consommation télévisuelle.

### **Spécificités des sociétés de service public par rapport aux chaînes commerciales en matière d'information, de d'émissions de télé-réalité...**

En matière d'information, les spécificités sont d'ordre général et issues de la loi de 1980 *Estatuto de radio y Television*. Cependant et dans le cadre du projet de réforme de RTVE, l'indépendance du travail des journalistes sera garantie par la création de deux Conseils de rédaction pour la télévision et la radio.

Dans les faits, la programmation des chaînes publiques tend à ressembler à la programmation des chaînes commerciales. Pour la directrice générale de RTVE et dans le cadre juridique actuel, il s'agit de résoudre une « équation magique » : « austérité économique, qualité de programmation, et obtenir la meilleure audience ». Selon les professionnels du secteur, lorsque les chaînes publiques ont tenté d'émettre des programmes de qualité (coûteux), l'audience s'en est particulièrement ressentie menaçant les recettes publicitaires essentielles pour le financement de TVE. Dans cette perspective, les dirigeants de TVE ont toujours réclamés des subventions publiques supérieures en se référant notamment à une étude de 2002 indiquant que : le coût de RTVE par foyer espagnol atteint seulement 27,3 €/an alors qu'il serait de 194 € en Allemagne, 116,5 € en France, 97,1 € en Italie et 171,9 € au Royaume-Uni.

### **Stratégie du gouvernement à l'égard de l'audiovisuel public**

Les acteurs du secteur réclament depuis plusieurs années une « modernisation » du cadre juridique du secteur audiovisuel afin de pouvoir asseoir leur rentabilité économique. Deux axes prioritaires ressortent des mesures annoncées dans le cadre de la grande réforme du secteur :

- la volonté du gouvernement d'accélérer la promotion de la Télévision Numérique Terrestre (TNT), permettant la diffusion de nouvelles chaînes et de services interactifs, en avançant la fin de l'ère analogique de 2012 à 2010. En revanche, il propose l'octroi d'une nouvelle licence analogique sous prétexte de fomentation de la diversité. Canal+ et un des deux opérateurs de TNT, Veo TV (Groupe Recoletos) sont candidats.
- la réforme du modèle de télévision publique et l'introduction d'une instance de régulation. Les conditions de mise en place de ces mesures ont été mises entre les mains d'un « comité de sages », désigné en avril 2004 par le gouvernement, qui a remis son rapport le 21 février 2005 à la Vice-présidence du gouvernement espagnole. Le comité a proposé la prise en charge par l'État de la dette de RTVE. Pour y parvenir, le système de financement mixte des chaînes nationales publiques serait modifié : davantage de subventions de l'État (multiplication par 10), réduction des revenus issus de la publicité (40% du financement total). Très controversée, la mesure permettrait de libérer une part du marché publicitaire au profit de Canal+ et au détriment des autres chaînes privées Antenne3 et Télé5.

S'inspirant fortement des recommandations formulées par le « Conseil des sages » et conformément au calendrier annoncé, le Conseil des ministres espagnols a adopté, le 24 juin 2005, un texte qui prévoit la création d'une instance de régulation et un aménagement des statuts de RTVE. Pour le gouvernement, ce plan d'actions constitue « une nouvelle étape pour les médias publics, ayant vocation à garantir le gestion d'un service public professionnel et indépendant, en choisissant notamment un modèle de financement mixte et en prévoyant des mécanismes de contrôle internes et externes à la gestion de RTVE ». « Les services de radio et de télévision se libéralisent et cessent d'être considéré comme un service public essentiel, à l'exception des services de radio et de télévision qui sont exercés par des entreprises publiques nationale, autonome ou locale ».

Seul pays de l'Union européenne à ne pas avoir d'instance indépendante de régulation nationale malgré les sollicitations du Conseil de l'Europe, l'Espagne devrait pouvoir disposer désormais d'un « **Conseil national des médias audiovisuels** » composé de sept membres élus à la majorité des deux tiers par le Congrès des députés. Leur mandat est fixé à six ans, soit deux de plus que la durée de la législature afin de pouvoir « garantir leur indépendance ». Le « Conseil national des médias audiovisuels » possédera de larges attributions et veillera notamment au respect de la Loi sur l'audiovisuel et à l'application des dispositions de la Directive « télévision sans frontière », rôle imparti jusqu'alors à l'exécutif à travers le Ministère de l'industrie, du tourisme et du commerce. Il assurera une fonction d'arbitre en cas de litige entre l'administration et les opérateurs audiovisuels et disposera d'un pouvoir de sanction en cas d'infractions. Les opérateurs pourront se voir retirer leur licence en cas d'infraction grave. Une conférence des autorités audiovisuelles sera créée afin de coordonner les actions du Conseil avec les trois instances autonomiques déjà existante (voir supra) qui conserveront leur compétence en matière de radio et télévision.

Parmi les attributions projetées pour le nouveau *Consejo Estatal de los medios Audiovisuales*, sont à retenir :

- L'octroi des licences de télévision et de radio, après rédaction d'un rapport préalable
- L'inscription des autorisations de radio et télévision de couverture nationale
- Le suivi de l'application de la législation « Télévision sans frontière » (règle sur la publicité, protection des mineurs, développement de la production nationale et européenne) de la part des opérateurs de radio et de télévision de couverture nationale.
- Le contrôle de l'application de la Loi Générale de l'Audiovisuel (dont le projet a été adopté le 24 juin)
- La sanction des infractions
- La gestion du registre national de radio et télévision
- **La surveillance de la mission de service public**
- L'arbitrage, la médiation en cas de litige, avec la promotion de l'autorégulation.

De plus, le projet de loi audiovisuel prévoit une réforme profonde des statuts de RTVE et un renforcement de l'indépendance des médias publics. Les autorités espagnoles proposent de mettre fin à l'actuel régime juridique d'organisme public de l'Etat pour créer une « Corporación RTVE », qui prendra la forme d'une société anonyme publique (capital intégralement public), détenant à 100% des filiales chargées de la « prestation directe de service public de radio, télévision et services connexes et interactif ». « La nouvelle SA publique disposera d'une autonomie de gestion, exercera son activité indépendamment du gouvernement, et sera sujette au contrôle du Parlement et du nouveau « Consejo de medios audiovisuales ».

De plus, le projet de loi introduit la mise en place « d'un programme-cadre » de 9 ans. Tous les trois ans, un « contrat-programme » (contrat de plan), passé entre RTVE et l'Etat, déterminera concrètement les objectifs, la gestion et l'administration du service public ainsi que la contrepartie économique correspondante. Selon le gouvernement, le modèle économique ainsi défini, prévoyant une financement mixte, est viable et compatible avec les normes communautaires, en éliminant notamment l'aval illimité de l'Etat et en mettant un terme au financement par endettement des 15 dernières années. Le financement prendra la forme d'une subvention publique fixée dans le « contrat-programme » et de recettes commerciales reposant sur la publicité, qui sera inférieure à ce qu'émettent les chaînes privées, et à la vente de produits. Le volume horaire de publicité devrait passer de 12 à 9

minutes. De façon générale, « des limites spécifiques d'émission de publicité concernant la télévision publique seront décidées par les organes compétents ».

S'agissant des organes dirigeants de RTVE, le nouveau modèle de « Corporación » disposera d'un Conseil d'administration composé de 10 membres, dont 4 seront élus par le Congrès (Chambre des députés), 4 par le Sénat, et 2 proposés par les organisations syndicales les plus représentatives d'Espagne pour être élus par le Congrès. Tous les candidats devront obtenir une majorité des deux tiers du Congrès et du Sénat pour être élus pour un mandat de 6 ans (ce qui devrait contribuer à assurer la stabilité du conseil et son indépendance vis-à-vis du pouvoir politique pour les mêmes raisons que les membres de la nouvelle Autorité de régulation).

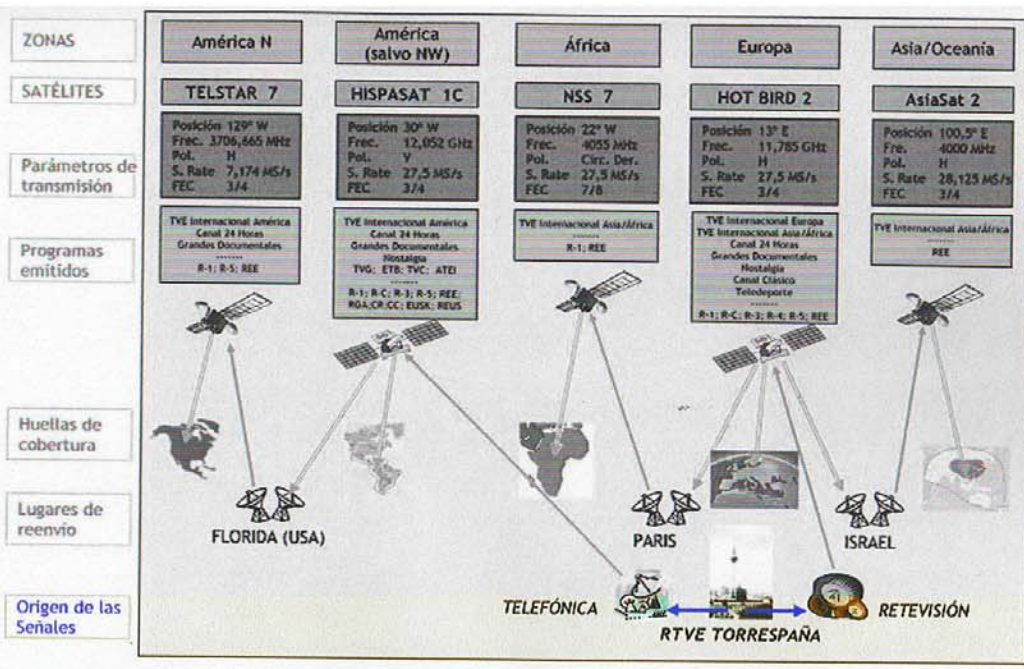
Le directeur de RTVE ne sera plus désigné par le gouvernement mais sera nommé par le Conseil d'administration selon des critères de mérite professionnel. Il disposera de tous les pouvoirs exécutifs octroyés par le Conseil d'administration.

Le nouveau texte attribue à RTVE un rôle clé dans le développement de la société de l'information et l'impulsion de la télévision numérique terrestre. La télévision publique disposera ainsi de deux multiplexes digitaux, soit un total de huit chaînes. Les trois opérateurs privés (Antena 3, Tele 5, et Canal plus) recevront chacun un multiplexe de quatre canaux. Les Communautés autonomes se verront également attribuer deux multiplexes, exceptée la Catalogne qui en obtiendra trois. Les chaînes régionales des autonomies espagnoles disposant d'une langue propre auront l'obligation d'offrir au moins 25 pour cent de leur programmation en deux langues. Les téléspectateurs espagnols devraient ainsi recevoir au moins 17 chaînes de télévision numérique d'ici à la fin de l'année. Tout en avançant de 2012 à 2010 la fin de la diffusion analogique, le gouvernement a annoncé la diffusion prochaine d'une nouvelle chaîne privée qui émettra en analogique sur 70 pour cent du territoire. Cette dernière mesure est très controversée.

La réforme du cadre juridique des médias publics espagnols devrait très certainement entraîner une restructuration interne profonde des sociétés de l'audiovisuel public, qu'il est difficile aujourd'hui d'apprécier vu le caractère récent des propositions du gouvernement espagnol.

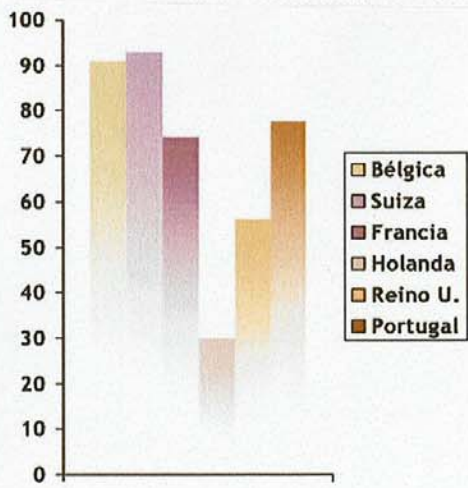
### Annexes

Diffusion internationale de RTVE (rapport annuel 2004)

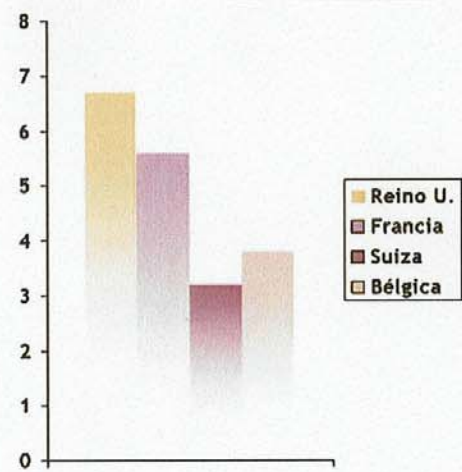


Junio 2004

TVE Internationale en Europe



Pays ayant la meilleure pénétration (en pourcentage) de TVEI



Pays avec le plus grand nombre d'abonnés de TVEI

## Italie

La gestion de l'audiovisuel en Italie a été modifiée par la loi Gasparri (mai 2004) prévoyant également la privatisation d'une partie de la RAI. Depuis l'entrée en vigueur de cette loi, l'organisation de la RAI, qui détient les 3 chaînes publiques nationales en concession, a également été modifiée. La fusion, en octobre 2004 de Rai spa dans Rai Holding (détenue à 100% par le MEF), préalable estimé nécessaire à la privatisation, fut également l'occasion de redéfinir les modalités de financement entre programmes de service public et programmes commerciaux des trois chaînes analogiques publiques.

L'audiovisuel public italien est donc en phase de transition. Pour plus d'information : se reporter à la publication récente d'une mission de l'OSCE sur « L'anomalie du système audiovisuel italien », disponible en anglais au lien suivant :

[http://www.osce.org/documents/pdf\\_documents/2005/06/14949-1.pdf](http://www.osce.org/documents/pdf_documents/2005/06/14949-1.pdf).

Enfin, de nombreux éléments complémentaires peuvent être trouvés dans les rapports annuels de l'AGCOM, autorité indépendante garante des communications<sup>9</sup> ([http://www.agcom.it/rel\\_04/index.htm](http://www.agcom.it/rel_04/index.htm)).

### Organisation institutionnelle du secteur audiovisuel public

#### Cadre législatif et réglementaire

Le plan national des fréquences prévoit un système mixte de 11 chaînes analogiques nationales (or, comme le souligne le rapport de l'OSCE, l'Italie propose actuellement 14 chaînes<sup>10</sup>).

Le secteur de l'audiovisuel a été encadré, après la période de monopole de la télévision d'Etat (de 1952 à 1976), par différentes lois, introduisant des articles spécifiques au secteur public. Elles ont successivement pris en compte la concurrence des chaînes privées commerciales qui se sont développées de 1976 à 1990 et l'apparition du numérique :

- **la loi dite « Mammi » (n.223/1990)** tente de réguler pour la première fois le secteur audiovisuel italien, en rappelant notamment les obligations de service public incombant aux chaînes concessionnaires de la RAI dont il est rappelé qu'elle est une société par actions 100% publique devant respecter des objectifs nationaux et régionaux (art.10 du décret présidentiel 691/73). Elle est suivie de **la loi Maccanico (n.249/97)** qui fixe des limites aux concentrations dans le secteur audiovisuel : les deux lois interdisent à tout opérateur d'utiliser plus de 20% du spectre de fréquences, de détenir plus d'une chaîne analogique nationale à paiement (toute autre chaîne doit être exploitée par voie satellitaire) et limitent à 30% la part des ressources globales dont peut bénéficier chaque opérateur.
- **La loi Gasparri** réorganise en 2004 la régulation du secteur audiovisuel italien : elle introduit la notion de « SIC » (*Sistema integrato delle comunicazioni* : secteur économique cumulant les revenus des activités audiovisuelles et radiophoniques de production et de distribution, mais aussi les revenus tirés de la redevance, de la publicité, des chaînes à paiement et de toute activité de communication traditionnelle ou numérique) et lance le passage au numérique.
- **D'autres sources normatives encadrent le secteur audiovisuel** : **la loi n.122 de 1998** renforce l'obligation incombant à l'opérateur public d'investir dans la production de films européens et de programmer des œuvres indépendantes ou encore, **la loi n.28 de 2000** (dite sur le "par condicio")

<sup>9</sup> Son rapport 2005 sur la période 2004 sera consultable en ligne à partir du 21 juillet prochain

<sup>10</sup> 3Trois chaînes publiques (RAI1,RAI2, RAI3), les 11 autres étant privées : 3 chaînes pour Mediaset (Canale 5, Rete4, Italia 1), 2 possédées par Telecom Italia (LA 7, MTV), 2 possédées par Holland Coordinator (Tele+1, Tele+2), Rete Mia et Rete A, ainsi que rete Capri et Home Shopping Europe. S'ajoutent environ 500 chaînes privées locales.

rappelle l'obligation pour tout média audiovisuel de consacrer des temps de parole égaux aux différentes forces politiques. Elles s'ajoutent aux objectifs constitutionnels.

Le secteur public audiovisuel stricto sensu est développé dans le **statut de la RAI, l'acte de concession et les contrats de service triennaux passés entre le gouvernement et la RAI** (cf. infra).

**Plusieurs institutions interviennent dans la gestion de l'audiovisuel public italien :**

- **Le ministère des communications** qui délivre les concessions télévisées, approuve le plan de répartition des fréquences et le contrat de services Rai-Etat.
- **Le ministère de l'économie et des finances**, actionnaire de la RAI à 100% pour le moment, propose le directeur général de la Rai et les membres du conseil d'administration (dont le président) (cf. infra) ;
- **L'AGCOM**, autorité indépendante garante des communications, depuis la loi n.249 de 1997 : elle exerce plusieurs activités de contrôle sur la RAI, telles que la vérification du respect des obligations de service public (par exemple : horaires et contenus de programmation, respect des règles concernant la publicité, le pluralisme politique, la protection des mineurs). Elle publie chaque année un rapport annuel, dont une partie consacrée à la régulation du secteur audiovisuel.
- **La Commission parlementaire pour l'orientation générale et le contrôle des services radiotélévisés**, instituée par la loi n.103/1975 (dite « *Commissione di Vigilanza* ») est composée de 40 membres (20 députés et 20 sénateurs) nommés à parité par les présidents des deux chambres selon l'équilibre politique. Elle veille au domaine « réservé de l'Etat » par le contrôle de l'attribution des concessions de service public audiovisuel, des techniques de diffusion des programmes, du respect du pluralisme et des règles encadrant la publicité. Par ailleurs, elle approuve les plans de programmation annuels et pluriannuels et intervient dans la nomination du conseil d'administration de la RAI. rôle les messages publicitaires.
- **L'AGCM**, Autorité garante de la concurrence et du marché veille au respect de la concurrence

### **Objectifs des chaînes publiques, nature de leurs obligations de service public**

Il existe 3 chaînes publiques en Italie, contrôlées par la RAI, société en charge du service public par concession. Outre les obligations incombant à tout opérateur (authenticité de l'information, pluralisme politique, journaux d'informations), elle doit répondre à des obligations générales prévues par les articles 6 (alinéas 4 et 5) et 17 (alinéa 1) de la loi Gasparri et spécifiques de programmation prévues par **le contrat de services conclu tous les 3 ans avec le Ministère des communications après avis de l'AGCOM**<sup>11</sup>.

De manière générale, elle est soumise aux obligations de programmation, de production et aux objectifs suivants :

- la participation égale à au moins 15% des recettes annuelles à la production audiovisuelle européenne et indépendante ;
- la promotion de la langue, de la culture et de l'identité italienne ;
- la diffusion de programmes à caractère social et la gratuité de la diffusion des messages du gouvernement ou des informations de circulation routière ;
- un quota d'émissions, établi par l'AGCOM dans le contrat de services triennal, consacrées à l'éducation, à l'information, la formation, la promotion culturelle (avec un soutien particulier à la promotion des œuvres théâtrales, cinématographiques, en langue originale, des musiques innovantes) ;
- la diffusion équilibrée de ces programmes sur toutes les tranches horaires, également celles de forte audience ;

---

<sup>11</sup> La RAI est tenue d'établir une grille de programmation conforme aux objectifs fixés dans chaque contrat national de services conclu avec le Ministère des communications ou aux contrats régionaux de services en ce qui concerne la diffusion dans les provinces du Trentin et de Bolzano

- la représentation équilibrée des forces politiques, des différentes confessions religieuses, des associations ;
- la création d'une société de production et distribution des programmes à l'étranger pour promouvoir la langue, la culture et les entreprises italiennes ;
- la diffusion de programmes en allemand et en ladin dans la province de Bolzano et du Trentin, en français dans le Val d'Aoste et en slovène dans le Frioul Vénétie Julienne ;
- la programmation à des horaires spécifiques d'émissions pour les mineurs.

### **Statut et actionnariat des sociétés de l'audiovisuel public**

Depuis octobre 2004 et conformément à la loi Gasparri, la Rai spa a fusionné dans Rai Holding (100% Ministère de l'économie et des Finances) donnant naissance à Rai Radiotelevisione spa. Le Ministère de l'économie est toujours l'unique actionnaire jusqu'à la mise en œuvre de la privatisation de 20 à 30% des chaînes.

Le groupe RAI contrôle par ailleurs différentes sociétés : Rai Cinema, RaiCorporation et Rai International (production et produits) ; la société Rai Way (partie industrielle), Rai Trade et Sipra (aire commerciale) ainsi que des sociétés consacrées aux nouveaux médias (Rai Sat, Rai net et Rai Click). Le groupe RAI possède également des chaînes radiophoniques.

### **Gouvernance de ces sociétés : composition des conseils d'administration, modalités de nomination des administrateurs et des mandataires sociaux, ministères de tutelle**

La procédure de nomination du conseil d'administration (9 membres) et du directeur général de la RAI est actuellement bloquée politiquement. Plusieurs pistes de réforme sont évoquées.

L'article 20 de la loi Gasparri prévoit que les membres du conseil d'administration de la Rai soient proposés par l'actionnaire (actuellement le Ministère de l'économie) en fonction des parts de la société qu'il détient. Ils doivent ensuite être approuvés par les 2/3 de la *Commissione di Vigilanza*. Le conseil d'administration a un rôle d'administration de la société mais aussi d'orientation des contenus éditoriaux en fonction des obligations de service public. Ses membres doivent être reconnus en principe pour leur indépendance leur expérience dans les domaines économiques, scientifiques, juridiques ou humanistes. Ils sont nommés pour 3 ans, renouvelables une fois.

### **Forme et modalités d'exercice de la tutelle de l'Etat sur ces sociétés**

L'Etat exerce un contrôle **sur les contenus de programmation par les contrats de services** conclu par le Ministère des communications après avis de l'AGCOM, **sur la direction de la RAI** à travers la nomination du conseil d'administration mais aussi sur **ses ressources économiques** en fixant le montant de la redevance (Ministère des communications de concert avec le ministère de l'économie).

### **Organisme de régulation du secteur**

**L'AGCOM, autorité administrative indépendante**, contrôle depuis 1997 l'ensemble des communications en Italie, dont le secteur audiovisuel sur lequel elle exerce les compétences suivantes :

- proposition des règles d'attribution des licences et concessions au ministre des communications ;
- proposition de modifications à apporter à la législation pour tenir compte des évolutions technologiques du secteur des communications ;
- garantir l'application des normes légales d'accès aux infrastructures de communications ;
- contrôler les bilans et les résultats de sociétés titulaires d'une concession de radiotélévision ;
- prendre position, sous trente jours, du point de vue réglementaire, sur les avis de concentration ou de rachat de sociétés dans le secteur des communications (le dossier est ensuite transmis pour instruction à l'Autorité Garante de la Concurrence et des Marchés)

Sa formation en **Commission des infrastructures et des réseaux** (président de l'AGCOM et quatre commissaires) a par ailleurs des fonctions spécifiques :

- fournir un avis sur le plan des fréquences ;
- élaborer le plan d'attribution des fréquences ;
- définir les mesures de sécurité des communications ;
- déterminer les standards de décodification ;
- tenir le registre des opérateurs.

Une autre formation, la **Commission des produits et des services** (président de l'AGCOM et quatre commissaires) a compétence pour :

- assurer le respect des quotas de production et de diffusion d'œuvres d'origine européenne ;
- émettre le règlement sur la publicité, la télévente et les règles relatives à l'information des utilisateurs ;
- veiller au respect des normes sur la protection des mineurs dans le secteur de la radiotélévision ;
- vérifier le respect du droit de rectification dans le domaine radiotélévisé ;
- garantir l'application des normes de publicité et de propagande politique ;
- proposer au ministre des communications le projet de convention annexe à la concession de service public radiotélévisé et vérifier l'actualisation des obligations prévues dans la convention ;
- publier les indices d'écoute et de diffusion des opérateurs ;
- vérifier la méthodologie de mesure d'audience et la véracité des données publiées.

Ses décisions peuvent faire l'objet d'un recours auprès du tribunal administratif de la région du Latium. Les parties peuvent également faire appel de la décision rendue par ce tribunal en Conseil d'Etat.

Par ailleurs, l'**Autorité Garante de la Concurrence et des Marchés**, autorité administrative indépendante instituée en 1990, a compétence pour surveiller, enquêter et sanctionner les abus de position dominante (interdites par la loi n.249 du 31 juillet 1997 dans le domaine audiovisuel, de l'édition électronique et du multimédia).

### **Modalités de financement de l'audiovisuel public**

#### **Structure des recettes des chaînes de TV publiques (financement public / publicité / autres sources de revenus)**

Le modèle italien de financement de l'audiovisuel public est fréquemment qualifié d'« hybride » voire d'« anormal » (rapport OSCE) car il associe pour moitié redevances et recettes publicitaires. Très marginalement, les chaînes publiques sont financées par des conventions avec des institutions publiques.

L'audiovisuel italien est très dépendant de la publicité (57,3% des financements), ce qui est considéré comme une anomalie par l'ACGOM. Le secteur public capte en moyenne trois fois moins les ressources publicitaires que le secteur privé.

On enregistre une augmentation des ressources publicitaires de la RAI depuis 2004 (où elle a vendu 4 millions de secondes de publicité contre 14,7 millions pour Mediaset). Mediaset et RAI captent 95% des recettes publicitaires, à elles deux..

#### **Structure des dépenses opérationnelles**

Sur la période avril 2003-mars 2004, la situation économique de la RAI est positive. Son plan triennal 2004-2006 RAI prévoit essentiellement des investissements sur les produits et programmes et le numérique. 40 MEUR environ sont affectés au soutien à la production de films et fictions.

## **Relations financières avec l'Etat**

La contractualisation des services et des ressources est triennale. Tous les 3 ans, la Rai et le Ministère des communications concluent un contrat de service déterminant les contenus éditoriaux de service public financés par la redevance ; à distinguer des activités commerciales, non déterminées et soumises à la concurrence (cf infra : plan de séparation comptable pour la comptabilité 2005).

La contractualisation de services pour 2003-2005 est consultable au lien suivant : [http://www.comunicazioni.it/it/DocSupp/627/contratto%20rai%202003\\_bis.pdf](http://www.comunicazioni.it/it/DocSupp/627/contratto%20rai%202003_bis.pdf) (le contrat concerne la télévision et la radio ainsi que les chaînes satellitaires).

La redevance existe en Italie depuis 1954. La loi Gasparri prévoit que son montant soit fixé avant le 30/11 de l'année en tenant compte de l'inflation prévisionnelle pour l'année suivante. Elle n'a pas été augmentée fin 2004 et est la plus basse d'Europe (99,60€ en 2004).

Avec la délibération (n.102/05) de l'AGCOM approuvant les lignes directrices de séparation comptable, l'article 18 de la loi Gasparri va être mis en œuvre à partir de la comptabilité 2005. Elle prévoit la distinction de trois agrégats comptables : de service public (les comptes de charges et des recettes relatifs à la production et la programmation imputables à la mission de service public), commercial (comptes de charges et de recettes relatifs à la production, la programmation et la vente de produits à fin commerciale) et de services techniques (comptes répartis entre les deux premiers selon des mécanismes internes de transfert). A partir de 2005, les bilans seront contrôlés par un commissaire au compte choisi en commun accord par la RAI et l'AGCOM.

## **Règles encadrant la diffusion d'écrans publicitaires**

Les écrans publicitaires sont plafonnés sur les chaînes publiques à 12% d'une plage horaire et à 4% de la durée totale de programmation hebdomadaire (contre 18% par plage horaire pour les chaînes privées).

Les spots doivent être distincts des autres programmes par un signal visuel ou sonore et diffusés par « blocs ». Ils ne peuvent apparaître que toutes les 45 minutes durant un film et toutes les 20 minutes dans les autres programmes. Ils sont interdits au cours des dessins animés, de programmes religieux, de journaux d'information et des programmes pour enfants de moins de 30 minutes.

Du point de vue du contenu, sont interdites les publicités discriminantes, en faveur du tabac ou de médicaments.

## **Budget et modalités de financement de l'audiovisuel public extérieur**

La chaîne satellitaire numérique diffusée en clair en arabe et en italien, **RaiMed**, est présente en Europe et au Maghreb. Elle est née le 26 avril 2001 de la collaboration entre RaiNews24, TG3 et Rai Sat, suite à l'accord des pays du comité méditerranéen de Palerme, afin de promouvoir la langue italienne et le dialogue interculturel.

**Rai International** distribue par ailleurs, depuis 1995, quatre chaînes au niveau international selon différentes technologies en fonction des distributeurs. Il s'agit de développer la présence du service public dans le réseau international et de répondre aux besoins des communautés italiennes à l'étranger.

## **Stratégie et positionnement des chaînes publiques**

L'ensemble du secteur audiovisuel italien a atteint en 2003 un CA d'environ 5,9 Mds EUR (+5,9% par rapport à 2002). Ce secteur est financé en 2003 à 57,3% par la publicité.

## Poids des chaînes publiques en termes d'audience, de chiffre d'affaires, évolution sur les cinq dernières années

### Parts d'audience de 2000 à 2002

	2000	2001	2002
RAI	47,31%	47,02%	46,43%

Sources : AGCOM et Sole 24 Ore

### Audience moyenne et journalière par tranche horaire (semaine 29/05 au 02/07/2005)

Tranches horaires	7.00-9.00	9.00-12.00	12.00-15.00	15.00-18.00	18.00-20.30	20.30-22.30	22.30-1.59	Total journalier
RAI 1	25,21%	22,33%	18,92%	19,22%	22,88%	21,94%	17,10%	20,33%
RAI 2	11,22%	9,81%	10,97%	8,91%	7,72%	11,54%	10,38%	10,07%
RAI 3	9,50%	5,51%	10,29%	8,08%	8,29%	12,16%	10,50%	9,67%
<b>Total RAI</b>	<b>41,94%</b>	<b>42,43%</b>	<b>37,97%</b>	<b>36,42%</b>	<b>42,76%</b>	<b>43,98%</b>	<b>37,15%</b>	<b>39,92%</b>
Canale 5	23,15%	15%	23,42%	21,69%	23,58%	20,42%	19,38%	21,28%
Italia 1	9,88%	15,19%	15,96%	13,41%	11,82%	13,08%	14,09%	13,65%
Rete 4	6,83%	10,41%	9,86%	8,64%	7,39%	9,26%	9,18%	9,04%
<b>Total Mediaset</b>	<b>39,86%</b>	<b>40,62%</b>	<b>49,25%</b>	<b>43,74%</b>	<b>42,80%</b>	<b>42,77%</b>	<b>42,65%</b>	<b>43,96%</b>

Source : Auditel-Italia Oggi, 07/07/2005

### Positionnement stratégique par rapport aux chaînes privées, spécificité du service public en matière de programmes (production, contenus, grilles de programmes, supports de diffusion)

L'audiovisuel italien est caractérisé par une concentration extrême des acteurs audiovisuels créant un véritable « duopole » : à eux seuls, la RAI et Mediaset (appartenant à Silvio Berlusconi) totalisent environ 90% des parts d'audience. Cette concentration se réplique du point de vue des ressources : en 2004, la RAI a perçu 38% des ressources totales du secteur et Mediaset 32,3%. La concentration des acteurs concerne également le secteur publicitaire audiovisuel avec un leadership de l'opérateur privé *Publitalia'80* (62,4% des publicités télévisées en 2004) du groupe Mediaset.

Par délibération du 2 mars 2005, l'AGCOM a reconnu que les situations de la RAI, de *Mediaset* et de *Publitalia'80* constituaient des abus de position dominante. L'ouverture au numérique est un argument qui a été avancé à plusieurs reprises par l'ancien ministre des communications, Maurizio Gasparri, en faveur de la défense du pluralisme : une telle approche permet aussi d'éviter une modification structurelle du duopole sur les réseaux analogiques.

Par ailleurs, la RAI a tenté de concurrencer l'opérateur privé Sky pour acquérir les droits de diffusion des grands tournois de football : elle a échoué pour le mondial de football 2006 et pourrait également échouer pour celui de 2010.

Le Ministre des communications appelle au développement des fictions historiques, des approfondissements scientifiques et à la réduction des reality shows comme « *L'isola dei famosi* ».

### Stratégie de diversification et d'adaptation aux évolutions technologiques

Le plan industriel pour 2005-2007 prévoit des investissements dans les programmes d'information inchangés pour développer par ailleurs les investissements du groupe dans les chaînes radio.

La Rai se concentre également sur le lancement de ses deux chaînes numériques (l'une de TV achats et l'autre de sports semi-généraliste).

Par ailleurs, le groupe RAI a créé en 1999 RaiSat spa qui propose des contenus payants diffusés sur les plates formes privées satellitaires de SKY. Il s'agit de cinq chaînes : *Rai Sat Extra* (rediffusion des programmes et émissions étrangères), *Rai Sat Premium* (diffusion 24h/24 des plus grands succès de la RAI), *Rai Sat Cinema World* (grands films de l'histoire du cinéma), *RaiSat Gambero Rosso Channel* (cours de cuisine et programmes d'art et décoration) et *RaiSat Raggazi* (programmes pour les 3-12 ans), transmises par les plate forme SKY Italia. Depuis 2005, des accords avec Arte France, Mikado, BBC Worldwide permettent de diversifier l'offre des contenus. Pour bénéficier de cette offre, les téléspectateurs doivent souscrire un abonnement auprès de Sky Italia.

Elle contrôle également Rai Way, active dans l'implantation, le contrôle et l'innovation des systèmes de télécommunications.

### **Poids des produits dérivés dans le modèle économique de ces sociétés**

Il a été estimé que la migration vers la TNT coûtera environ 750 MEUR à chaque opérateur national pour couvrir environ 96% de la population (adaptation des structures de production et de transmission).

La RAI possède en concession **une agence de publicité, la société SIPRA** (2<sup>ème</sup> opérateur italien après *Publitalia* du groupe de Silvio Berlusconi) en charge de la communication des chaînes de la RAI (ainsi que des chaînes satellitaires *Rai Sat* et *Televideo*). Elle est également présente dans la production de contenus publicitaires numériques et de sms. La société a remporté 29,6% des parts de marché publicitaire en 2001 ; 29,7% en 2002 et 27,7% en 2003 (contre respectivement 61,6%, 61,2 et 62,7% pour *Publitalia '80*, propriété de Silvio Berlusconi).

### **Spécificités des sociétés de service public par rapport aux chaînes commerciales en matière d'information, de d'émissions de télé réalité...**

Les chaînes de service public doivent programmer des quotas d'émissions éducatives et d'informations, fixés par l'AGCOM dans le contrat de services triennal passé avec l'Etat.

Force est néanmoins de constater que les chaînes publiques italiennes consacrent une place importante aux émissions de télé réalité (notamment RAI2) : après l'échec en 2001 du programme « *Sms amiche per caso* » sur RAI 2 (des adolescents étaient enfermés dans un appartement et communiquaient par sms avec le monde extérieur) voulant concurrencer l'émission « *Il Grande Fratello* » (réplique italienne du *Loft Story*), la chaîne RAI 2 programme tous les vendredis soirs le direct de l'émission « *L'Isola dei Famosi* » depuis 2002 (des personnalités de second rang sont isolées sur une île et soumises à des défis en étant éliminés selon leurs performances).

Pour les détails de la programmation, ce site peut être utilement consulté :

[http://www.sipra.it/tv/programmi/tvprogram/2005//tv01\\_tvprogram\\_09\\_2005.pdf](http://www.sipra.it/tv/programmi/tvprogram/2005//tv01_tvprogram_09_2005.pdf)

### **Stratégie du gouvernement à l'égard de l'audiovisuel public**

Des évolutions sont attendues concernant la nomination du conseil d'administration et la privatisation d'une partie de la Rai.

**La privatisation**, initialement prévue pour le printemps 2005, a été reportée à la fin de l'année notamment du fait de retards accumulés dans la nomination du Conseil d'administration et d'absence d'accords sur le niveau des actions qui seront cotées en Bourse (le Cipe devra s'exprimer sur ce point).

Par ailleurs, depuis 2004, une réflexion est en cours pour tenter de mettre en place un indicateur permettant de mesurer la qualité des programmations de service public.

MINEFI - DGTPE

Un débat a été également ouvert sur l'augmentation, voire le maintien, de la redevance : on prévoit une augmentation de 5 € d'ici 2007, qui sera évaluée avec le nouveau contrat de services attendu fin 2005 (1 € supplémentaire permet d'encaisser 15 MEUR supplémentaires).

Enfin, l'approbation du Code unique de régulation de la radiotélévision est attendue.

## Japon

### Organisation institutionnelle du secteur audiovisuel public

#### **Cadre législatif et réglementaire**

Il existe au Japon un seul organisme auquel a été confié une mission de service public dans le domaine de l'audiovisuel : NHK (Japan Broadcasting Corporation), qui exploite 5 chaînes de télévision et 3 radios. Ses chaînes principales sont « General TV » et « Educational TV » diffusées par voie hertzienne. NHK a commencé son activité en 1925, en proposant des émissions de radios. Ses activités sont régies par la Broadcast Law (1950).

#### **Objectifs des chaînes publiques, nature de leurs obligations de service public**

L'article 7 de la Broadcast Law

([http://www.soumu.go.jp/joho\\_tsusin/eng/Resources/Legislation/BroadcastLaw/BroadcastLaw.pdf](http://www.soumu.go.jp/joho_tsusin/eng/Resources/Legislation/BroadcastLaw/BroadcastLaw.pdf))

précise que l'objectif de NHK est « de réaliser et de diffuser sur l'ensemble du Japon des programmes radiodiffusés abondants et de qualité conçus dans l'intérêt du public, de mettre en œuvre les activités nécessaires au développement de la diffusion et de la réception des programmes, et de mettre en œuvre les opérations nécessaires à la diffusion internationale de programmes et à la conception de programmes internationaux.

Afin de mener à bien ces objectifs, l'article 9 précise que la NHK doit notamment mettre en œuvre les activités suivantes :

- Concevoir et programmer des émissions de télévision et de radios destinées à être diffusées au Japon
- Mener les recherches nécessaires à l'amélioration et au développement de la diffusion et de la réception de ces émissions
- Concevoir et programmer des émissions de télévision et de radios destinées à une diffusion internationale

La loi précise que NHK ne doit tirer aucun bénéfice des activités indiquées ci-dessus et qu'il lui appartient de prendre les mesures nécessaires pour que la réception des émissions de télévision ou de radio soit possible sur l'ensemble du territoire.

#### **Statut et actionnariat des sociétés de l'audiovisuel public**

L'article 8 précise que NHK est une personne juridique établie selon les dispositions de la Broadcast Law pour poursuivre les objectifs énoncés par ce texte (Chapitre 2 « The Japan Broadcasting Corporation (NHK – article 7 à 50)). Les employés de NHK ne sont pas des fonctionnaires mais des agents de droit privé (mais le périmètre des agents couverts par le statut de fonctionnaire est très étroit au Japon).

De 1925 à 1950, l'entité d'origine de NHK exerçait son activité sous statut associatif. Cet organisme a été dissous en 1950 et l'ensemble des actifs de l'association ont été repris par l'organisme créé par la loi de 1950 ; la modification du statut n'a cependant pas entraîné une prise de participation de l'Etat dans NHK, le statut de cet organisme étant comparable, d'après les responsables de NHK, à celui de la BBC.

#### **Gouvernance de ces sociétés : composition des conseils d'administration, modalités de nomination des administrateurs et des mandataires sociaux, ministères de tutelle**

Board of Governors : Conseil d'administration formé de 12 membres issus généralement du secteur privé (le président actuel est le président de la plus grande société d'assurance non vie japonaise ; le conseil est également composé de 4 professeurs d'universités). Les membres du conseil sont proposés par le Premier ministre et approuvés par les 2 Chambres du Parlement. Le conseil d'administration a la responsabilité de décider des orientations stratégiques de NHK et autres sujets jugés « importants » ayant trait à la gestion des activités de NHK.

L'aval du conseil est en principe exigé pour :

- l'approbation du budget, du projet d'activité et de la programmation financière
- le règlement des comptes
- l'approbation du plan d'installations des stations de diffusion, l'installation ou la suppression de stations de diffusion
- la mise en oeuvre, la suspension ou l'arrêt des activités de diffusion (sur le plan national et international)
- la modification des statuts
- l'approbation des contrats-types passés entre NHK et les usagers et la définition des règles d'exemption du paiement de la redevance
- la souscription des emprunts
- l'approbation des règles relatives à la gestion des activités de NHK et à l'exécution du service public
- l'approbation des règles relatives à la rémunération du personnel et aux frais de représentation des administrateurs
- tout autre sujet jugé nécessaires par le Conseil

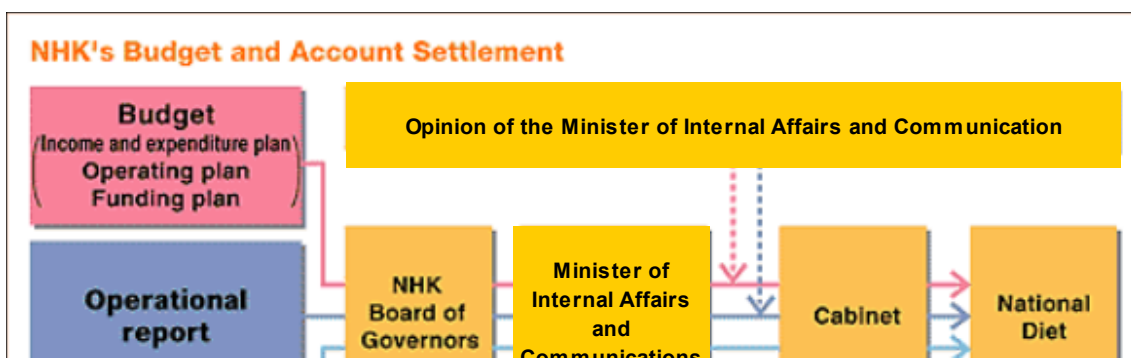
Executive Board : Comité exécutif composé du président, du vice président et de 7 à 10 directeurs. Il est chargé de la gestion courante de NHK et de l'examen des projets nécessitant l'approbation du Board of Governors. Le président est nommé par le Board of Governors ; le vice-président et les directeurs sont désignés par le président après accord du Board of Governors. La durée du mandat du président et du vice président est de 3 ans renouvelable, celle des directeurs de 2 ans renouvelable.

Ministère de tutelle : Ministère des affaires intérieures et de la communication (Ministry of Internal Affairs and Communications - MIAC)

### Forme et modalités d'exercice de la tutelle de l'Etat sur ces sociétés

Nomination des membres des conseils : proposés par le Premier ministre et approuvés par les 2 Chambres du Parlement

Procédure budgétaire (et autres documents d'activités): la NHK prépare le budget prévisionnel (y compris le plan de financement et le tableau des ressources et des emplois) et le soumet au ministre en charge du MIAC après l'aval du Board of Governors. Les documents sont transmis au Cabinet du Premier Ministre avec les observations éventuelles du ministre en charge du MIAC. Le projet de budget est alors transmis à la Diète par le Gouvernement pour approbation. Le tarif de la redevance doit également être approuvé par la Diète.



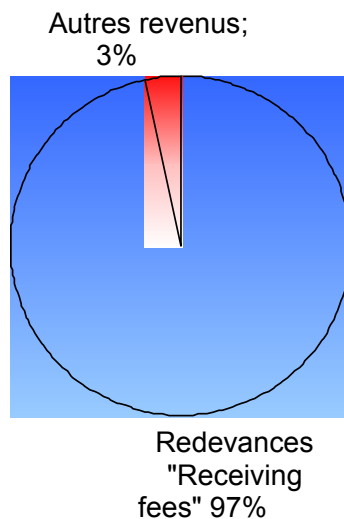
Le règlement des comptes suit une procédure analogue. Les comptes financiers (de même que le rapport des auditeurs) sont déposés auprès du ministre en charge du MIAC. Ce dernier transmet ces documents au Cabinet du Premier Ministre qui le dépose à la Diète après l'inspection annuelle du Board of Audit (Cour des Comptes). Les informations budgétaires et financières relatives à NHK sont publiées dans le journal officiel.

**Il n'existe pas d'autorité administrative indépendante chargée de la régulation du secteur.**

### Modalités de financement de l'audiovisuel public

#### **Structure des recettes des chaînes de TV publiques (financement public / publicité / autres sources de revenus)**

Structure du revenu opérationnel (exercice 2004; données non consolidées - Source: Annual report NHK)



#### **Structure des dépenses opérationnelles**

Exercice 2004 ; données non consolidées source : Annual report NHK :

Production et retransmission des programmes sur le plan national : 72%

Production et retransmission des programmes sur le plan international, Traitement des contrats et recouvrement de la redevance, Services de réception, Relations publiques, Sondages et recherches techniques, Gestion et administration, Coûts financiers dépenses spéciales et réserves : 28%

### **Description des relations financières avec l'Etat**

L'indépendance financière de NHK par rapport à l'Etat est assuré par le financement quasi-exclusif (à plus de 96%) par les redevances (« frais de réception ») dont la fixation et le recouvrement sont directement géré par NHK. L'article 32 de la Broadcast Law institue l'obligation de conclure un contrat avec NHK pour toute personne détentrice d'équipements capables de recevoir les émissions diffusées par NHK.

NHK reçoit cependant des subventions publiques au titre de certaines activités de radiodiffusion à l'international ainsi qu'au titre des grilles de programmations réservées pour les élections politiques ; ces montants sont minimes et varient très peu d'une année à l'autre. Le versement de ces subventions ne fait pas l'objet d'une procédure de contractualisation entre l'Etat et NHK.

Traduction disponible sur le site du Somusho en anglais :

*Article 32 « Any person who is equipped with a receiving equipment capable of receiving the broadcasting provided by NHK shall conclude a contract with NHK with regard to the reception of its broadcasting. However, this shall not apply to those who are equipped with receiving equipment not intended for the reception of broadcasting or only with receiving equipment for the reception of radio broadcasting or multiplex broadcasting (Broadcasting of voice and other sound transmissions and not coming under television broadcasting and multiplex broadcasting classifications). »*

### **Montant de la redevance ou "Frais de réceptions" (taxes incluses)**

Type de contrat	Type de paiement	Paiement mensuel	Paiement semestriel (en avance)	Paiement annuel (en avance)
Contrat "couleur"	Porte à porte	1 395 yens (10,5 euros)	7 950 yens (60,2 euros)	15 490 yens (117,3 euros)
	Virement bancaire ou postal	1 345 yens (10,2 euros)	7 650 yens (58 euros)	14 910 yens (112,9 euros)
Contrat "couleur satellite"	Porte à porte	2 340 yens (17,7 euros)	13 390 yens (101,4 euros)	26 100 yens (197,7 euros)
	Virement bancaire ou postal	2 290 yens (17,3 euros)	13 090 yens (99,2 euros)	25 520 yens (193,3 euros)

### **Règles encadrant la diffusion d'écrans publicitaires**

L'article 46 de la Broadcast Law interdit la diffusion d'écrans publicitaires.

### **Stratégie et positionnement des chaînes publiques**

La société Video Research Ltd est spécialisée dans la diffusion d'informations relatives à l'audience télévisée au Japon. Le capital de cette société est détenu notamment par les sociétés de publicité et les chaînes de télévision privées (hors NHK). Video Research publie entre autre le classement des

programmes télévisés (diffusés par les 2 chaînes appartenant à NHK et les 5 grandes chaînes privées au Japon) qui ont recueillis la meilleure audience de l'année. NHK place régulièrement ses émissions en tête de ce classement :

**Part d'audience moyenne (par foyer) d'une émission de NHK sur la région du Kanto**

	2000	2001	2002	2003	2004
Nbre d'émissions NHK placées dans les 20 premières du classement	8	4	13	5	11
Meilleure audience et (classement)	48,4% (1)	48,5% (1)	65,6% (2)	45,9% (2)	39,3% (1)

Source: Vidéo Research

La NHK Broadcasting Culture Research Institute a publié en juin 2004 une étude sur la durée d'écoute moyenne consacrée par les téléspectateurs. En moyenne hebdomadaire, l'étude révèle que la durée d'écoute quotidienne d'un téléspectateur est de 3h55 minutes (en augmentation de 13 minutes par rapport à l'étude 2003) dont 1h07 minutes sont consacrées aux émissions de NHK (augmentation de 4 minutes par rapport à l'étude 2003).

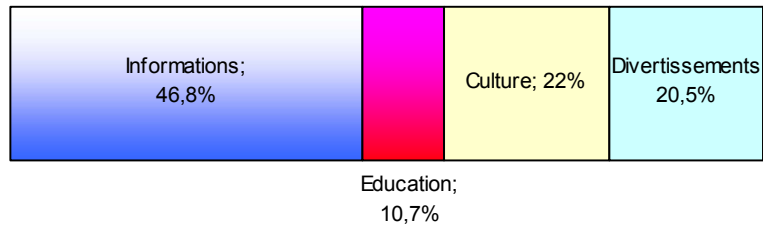
**Positionnement stratégique par rapport aux chaînes privées, spécificité du service public en matière de programmes (production, contenus, grilles de programmes, supports de diffusion)**

NHK souligne avant tout l'exigence à laquelle elle est soumise de concevoir des programmes de qualité dans l'intérêt du public en s'efforçant de répondre aux besoins du plus grand nombre de la population en matière de diffusion télévisuelle. NHK a pour souci constant de proposer des programmes à contenus de qualité destinés à un public familial. « General TV », la chaîne « généraliste » du groupe public, propose la programmation la plus diversifiée, en mettant notamment l'accent sur les émissions d'informations (« news ») qui sont réputées non seulement pour leur fréquence mais également par leur qualité et leur neutralité (simple « lecture » des faits sans ou peu de commentaires de la part des présentateurs). « Educational TV » est une chaîne spécialisée dans la diffusion de programmes éducatifs notamment aux jeunes (cours de langues, cours scientifiques, loisirs, documentaires culturels). Les chaînes satellites Digital Hi-Vision, BS-1 et Bs-2 diffusent des émissions étrangères (informations, documentaires, séries, films), et des événements sportifs et culturels principalement.

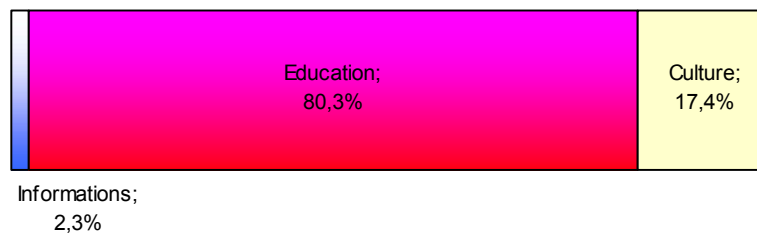
La programmation des chaînes NHK est par ailleurs réputée (tant sur le plan national qu'international) pour la qualité, le sérieux ainsi que le savoir-faire dans le domaine de la production d'émissions documentaires et culturelles. La programmation de divertissements se limite à des concours de chants et de jeux télévisés (dont les participants sont des vedettes de télévision) qui sont généralement adossés à des émissions de variétés et assimilées ; la moyenne d'âge des téléspectateurs ciblés par ce type d'émission est généralement plus élevée que pour les chaînes privées.

Grilles de programme type (cf. Annexes)

**Répartition par nature des programmes diffusés par  
General TV sur la semaine (168 heures)**



**Répartition par nature des programmes diffusés  
par Educational TV sur la semaine (166 heures)**



**Stratégie de diversification et d'adaptation aux évolutions technologiques**

Après le lancement d'un satellite numérique en décembre 2000, NHK a débuté la diffusion de la TV numérique terrestre en décembre 2003 à Tokyo, Osaka et Nagoya. La technologie TNT utilisée est le standard Hi-vision, système HDTV de NHK, qui délivre un son de qualité CD en 5.1 avec un format 16 :9 et 1.125 lignes de balayage. NHK a conduit la R et D de Hi-Vision depuis 1964, et aujourd'hui près de 80% de sa chaîne « General TV » est émis en HD. NHK a conduit des recherches sur des technologies de pointe telles que la Super Hi-Vision, un système d'écran large Ultra Haute Définition avec 4.000 lignes de balayage (dont la résolution d'image est 16 fois meilleure que le système actuel HDTV), mais aussi sur des écrans flexibles ultra minces, des écrans ultra sensibles, des systèmes d'enregistrement compacts à forte capacité, sur le TVML (TV program Making Language) et sur la réception de programmes TV sur téléphone portable (prototype développé avec Sharp et Vodafone). Le groupe cherche également à développer des services pour personnes âgées ou handicapées, et a récemment développé un système de reconnaissance vocale permettant au téléspectateur de poser une question à son téléviseur.

Projets pour 2006 :

- Utilisation d'Internet en complément des programmes diffusés (reconnaissance automatique par l'ordinateur de la présence d'un poste TV et du programme diffusé).

- Services pour récepteurs portables (y compris téléphones).
- Développement de la collaboration internationale et de la TVHD en tant que nouveau standard.

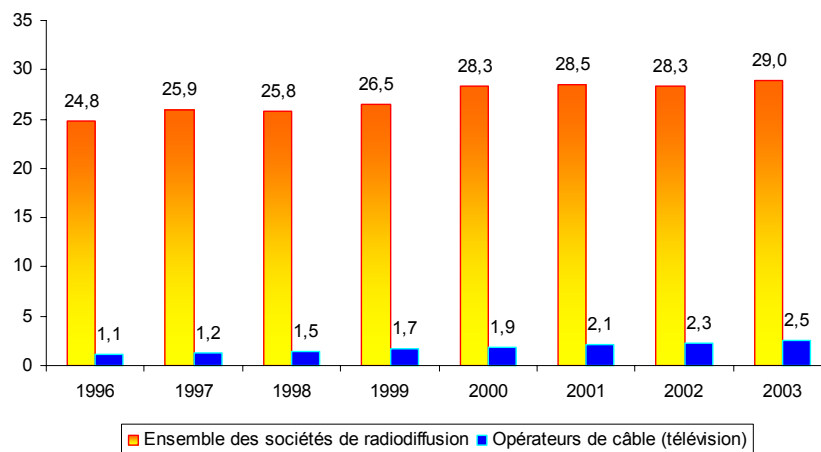
### Poids des produits dérivés dans le modèle économique de ces sociétés

En raison de son statut public, la politique commerciale de NHK s'est longtemps caractérisée par une certaine passivité dans la promotion de produits dérivés. La nécessité de diversifier ses ressources a conduit NHK de développer ces dernières années son activité commerciale (ventes DVD de séries télévisées et documentaires, livres et produits dérivés issus des émissions pour jeunes). Sa part reste encore faible par rapport au chiffre d'affaires total du groupe NHK (1,1%) mais son évolution (+143%) est remarquable ; la marge de progression de ces activités est sans doute très significative.

### Rôle des opérateurs du câble ou du téléphone (ou des groupes multimédias intégrés) dans la télévision

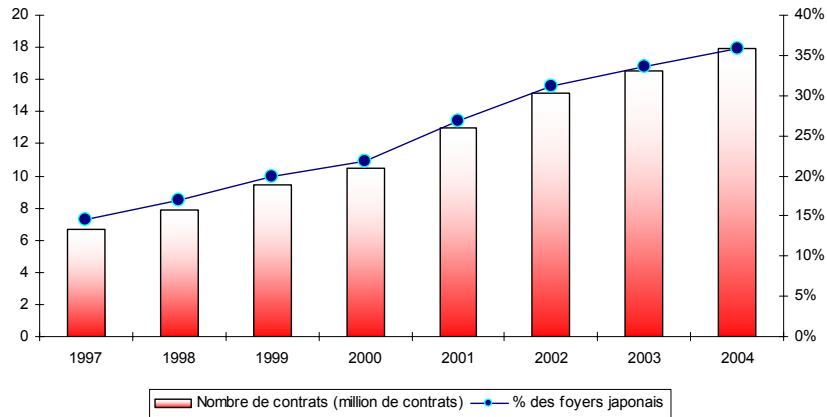
On dénombrait en 2004 au Japon 548 opérateurs du câble (télévision) soit près de 52% de l'ensemble des sociétés de radiodiffusion opérant au Japon. La diffusion par câble a débuté en 1955, mais les activités de ces opérateurs se sont longtemps limitées à émettre les émissions diffusées par les radiodiffuseurs terrestres. La qualité des services proposés par les opérateurs du câble s'est nettement améliorée à partir de la fin 2000 avec le début de la diffusion par satellites ; les efforts de productions d'émissions originales par les opérateurs du câble ont contribué à maintenir une croissance du chiffre d'affaires (exercice 2003 :+8,2% par rapport à l'exercice 2002) supérieure à celle du secteur audiovisuel (+2,4%). Le nombre de contrats de réception par câble (télévision) enregistre une croissance soutenue (+8,1% pour l'exercice 2004) et atteint près de 18 millions de contrats soit 36% des foyers japonais. L'accroissement du nombre de « contrats câble » est également soutenu par le développement des services (« Full service ») incluant la connexion Internet. Le nombre de sociétés proposant ce type de service a atteint 352 fin 2004 (+75% par rapport à l'exercice 2000) ; la même année, 2,9 millions de contrats incluant la connexion Internet ont été dénombrés (+266% par rapport à l'exercice 2000).

Evolution du chiffre d'affaires du secteur de la radiodiffusion en milliard d'euros (télévision et radio) - Source: Livre Blanc 2005 MIAC



Nb : Chiffre d'affaires non consolidé de NHK inclus dans « Ensemble des sociétés de radiodiffusion » (soit environ 0,7% du total)

**Evolution du nombre des contrats de réception du câble - taux de pénétration dans les foyers japonais**  
(Source: Livre Blanc 2005 de la MIAC)



*Nb : Contrats auprès des opérateurs de câble proposant des émissions originales*

**Spécificités des sociétés de service public par rapport aux chaînes commerciales en matière d'information, de d'émissions de télé-réalité, etc... ?**

La programmation d'émissions d'information (nationale et locale) demeure, avec les émissions éducatives (diffusées par la chaîne « Educational TV »), le principal « produit » proposé par NHK ; une large part de la programmation de sa chaîne principale « General TV » y est consacrée et la part des émissions d'information dans la grille de programmation est nettement supérieure à celle pratiquée dans le secteur privé. Les émissions d'information de NHK se distinguent par rapport au privé par la quasi absence de programmes « d'investigations ». La programmation d'émissions de divertissements est limitée notamment à la diffusion d'événements sportifs (sumo, baseball, football notamment), quelques dessins animés (non violents), des séries télévisées (non violentes, axées sur la vie quotidienne), des chants et des jeux (sans gains d'argent et peu de gains matériels). Les émissions de divertissements (ayant pour cibles une population jeune) relèvent plutôt du secteur privé. Seules les chaînes du secteur privé se sont à ce jour lancées dans la diffusion d'émissions de télé-réalité.

**Stratégie du gouvernement à l'égard de l'audiovisuel public**

Différents scandales (notamment détournements de fonds par des employés de la chaîne publique) ont entachés la gestion de NHK en fin 2004 et début 2005, entraînant un mouvement très puissant de refus de paiement de la redevance des foyers japonais (il n'existe pas de règles sur les sanctions à appliquer en cas de refus de paiement de la redevance) ; la démission du président de l'Executive Board n'a pas permis, à l'heure actuelle, de renverser cette tendance et la baisse des redevances perçues a directement impacté le résultat consolidé de l'exercice 2004 du groupe, clos le 31 mars 2005,, qui accusait une baisse de 8,6%.

Les difficultés financières de NHK ont fait l'objet de discussions au Parlement ces derniers mois ; certains parlementaires ont préconisé une révision de la structure du financement, avec notamment l'introduction d'espaces publicitaires, Le Council for Regulatory Reform (organe consultatif en matière de réformes structurelles placé auprès du Premier ministre) aurait préconisé la mise en place du système dit « scramble » (système de brouillage par la distribution de boîtiers de réception). Cette mesure permettrait de résoudre les inégalités entre les contribuables payant la redevance et les autres. La NHK est contre cette proposition d'autant plus qu'elle va à l'encontre du dispositif prévu par la Broadcast law. Son adoption nécessiterait donc une réforme de la loi.

Conformément à la loi relative à la réforme des établissements publics et assimilés votée en juin 2001, un plan de rationalisation et de suppression de ces établissements a été adopté par le Gouvernement en décembre 2001. Le plan préconise non seulement la modification des statuts (fusion, suppression ou privatisation) mais également la remise en cause du contenu des activités de certains établissements publics. La mise en œuvre du plan a conduit à la modification des statuts de 135 sur 163 établissements publics (données de janvier 2005). Néanmoins, la NHK a été jusqu'à maintenant tenu à l'écart de ce réexamen d'ensemble et il n'existerait pas de projets visant à une restructuration du secteur de l'audiovisuel public au Japon.

## ANNEXES

## General TV Programme type d'un jour de semaine

4h30 à 8h15	Informations nationales et régionales, entrecoupées de la météo, des informations sur la situation des transports routiers et ferroviaires
8h15	Série télévisée
8h30	Flash info
8h35	Emission de variété diffusant des informations et conseils utiles sur la vie quotidienne
11h00	Flash info
11h05	Emission présentant certaines spécificités de la vie quotidienne locale
12h00	Informations nationales
12h20	Emission de variétés
12h45	Série télévisée
13h00	Flash info
13h05	Talk show à partir des messages reçus des téléspectateurs
14h00	Flash info
14h05	Emission en direct sur les informations locales, météo, documentaires de courte durée sur la vie quotidienne
17h00	Informations nationales
17h10	Informations régionales, analyses et documentaires sur des thèmes spécifiques
18h00	Informations nationales
18h10	Informations régionales, analyses et documentaires sur des thèmes spécifiques
19h00	Informations nationales
19h30	Informations régionales, analyses et documentaires sur des thèmes spécifiques
20h00	Emission de variétés
20h45	Informations régionales
21h00	Informations nationales
21h15	Série télévisée
22h00	Documentaire
22h55	Flash info
23h00	Documentaire
23h45	Discussion thématique (ex: baisse de la population)
00h00	Informations nationales
00h15	Variétés musicales
00h55	Série télévisée
1h55	Sport

NB

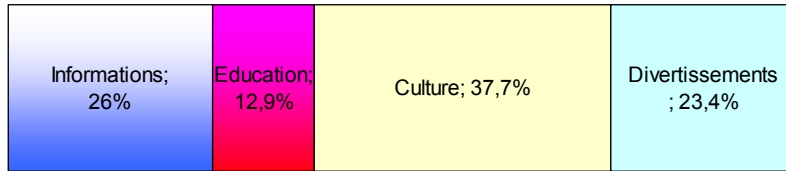
*Les programmes des jours de fin de semaine sont généralement enrichis d'émissions de variétés, de sport et de dessins animés*

**Educational TV Programme type d'un jour de semaine**

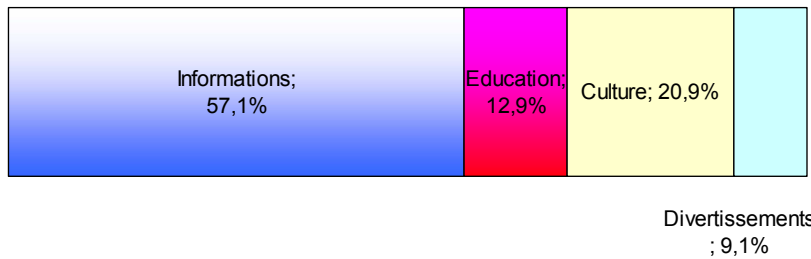
5h00	Emission informative sur la vie des affaires
5h30	Cours de langue russe
5h55	Chants
6h00	Cours d'italien
6h30	Gymnastique
6h45	Cours de langage des signes
7h10	Emissions pour enfants: gymnastique pour enfants, cours d'anglais, histoire, mathématique et de japonais, présentation de métiers, dessins animés, jeux, "morale"
12h00	Emission sur les produits alimentaires
12h40	Musiques classiques
13h00	Informations nationales avec langage des signes
13h05	Emission informative pour les jeunes mamans
13h35	Emission sur le jardinage
14h00	Emission culinaire
14h30	Emission sur la vie quotidienne
15h00	Cours scientifiques pour lycéens
16h00	Emissions pour enfants:
19h00	Talk show à partir des messages reçus des jeunes (du primaire jusqu'au lycée)
19h50	Informations pour enfants avec langage des signes
20h00	Emission informative sur la santé
20h45	Informations nationales avec langage des signes
21h00	Emission sur la vie quotidienne
21h25	Informations thématiques (ex Expo Nagoya) + cours d'anglais
22h00	Série documentaire
22h25	Emission sur la vie des affaires
23h10	Cours de japonais
23h30	Talk show entre lycéens sur les problèmes de société
00h25	Emission sur les types de métiers
00h50	Emission en langue anglaise
1h35	Emission sur la vie quotidienne
3h12	Musiques classiques
3h50	Cours scientifiques pour lycéens

NB *Les programmes des jours de fin de semaine sont généralement enrichis d'émissions culturelles, tournois de shogi (jeux d'échecs japonais) et de Go, concerts, documentaires*

**Répartition par nature des programmes diffusés par  
Digital Hi-Vision sur la semaine (168 heures)**



**Répartition par nature des programmes diffusés par  
BS-1 sur la semaine (168 heures)**



**Répartition par nature des programmes diffusés par  
BS-2 sur la semaine (168 heures)**

