

Synthèse du rapport du groupe d'études sur l'audiovisuel en Midi-Pyrénées

I. INTRODUCTION

Le Président de la Région Midi Pyrénées, Monsieur Martin MALVY, a constitué en janvier 2013 un groupe d'études chargé de réfléchir à la situation de l'audiovisuel en région et à ses possibles évolutions dans la perspective d'une nouvelle étape de la décentralisation, d'une part, et d'une nouvelle loi sur l'audiovisuel, d'autre part.

Ces évolutions étant du ressort du gouvernement et des parlementaires, l'objectif était donc de mieux anticiper les positionnements possibles de la Région Midi Pyrénées.

Par ailleurs, ces réflexions s'inscrivent dans un contexte régional marqué par les difficultés rencontrées par TLT au cours de l'année 2012, par la signature d'un Contrat d'Objectifs et de Moyens entre TLT et la Région Midi-Pyrénées et par les mouvements sociaux qui ont agités l'antenne régionale Midi Pyrénées en janvier 2013.

Ce groupe d'études est composé de 12 élus, représentatifs de l'Assemblée régionale. 12 réunions ont eu lieu entre janvier et mai 2013 et ont permis d'aborder les différentes facettes de l'audiovisuel régionalⁱ en procédant à l'audition de 25 personnalités.

En parallèle, le secrétariat du groupe, confié au service des industries culturelles de la Direction de la culture et de l'audiovisuel de la Région Midi-Pyrénées, a procédé à des recherches documentaires sur les télévisions locales, d'une part, sur France 3, d'autre part. Afin d'apporter des éclairages sur l'industrie audiovisuelle en général, des annexes ont été constituées, rassemblant une série d'éléments sur l'industrie audiovisuelle, l'encadrement juridique ou les nouvelles technologies. L'évolution des télévisions locales et régionales s'inscrit dans un paysage en rupture de modèle traditionnel liée à la fragmentation de l'audience et au développement de nouveaux modes d'accès aux programmes audiovisuels.

Durant cette période, la gouvernance de TLT a été modifiée et l'audition de la nouvelle équipe de direction n'a pu avoir lieu qu'à la fin de cette étude. Par ailleurs, la conclusion d'un avenant au Contrat d'Objectifs et de Moyens (COM) entre l'Etat et France Télévisions était attendue pour avril 2013 ainsi que l'annonce d'un projet de loi sur l'audiovisuel. Début juin 2013, l'avenant était toujours en négociation et deux projets de loi étaient esquissés, l'un pour 2013 (sur la nomination des responsables de l'audiovisuel public), l'autre pour 2014 (notamment sur une évolution de France Télévisions).

Le groupe d'études a dressé un état des lieux le plus complet possible, un rapide résumé figure ci-aprèsⁱⁱ. Une série de propositions en trois axes figure à la fin de ce document. Le premier s'adresse principalement à France Télévisions et par conséquent à ses tutelles et aux législateurs qui auront à examiner prochainement de nouvelles lois sur l'audiovisuel. Le deuxième concerne particulièrement TLT et propose des pistes d'évolutions du Contrat d'Objectifs et de Moyens qui lie la télévision locale à la Région. Le troisième axe considère la filière audiovisuelle régionale dans son ensemble.

II. ETAT DES LIEUX

Au sein des pays de l'OCDE, la France est un des seuls pays présentant une industrie audiovisuelle aussi centralisée. L'Ile de France pèse pour 80% de la production audiovisuelle et 91% de la masse salarialeⁱⁱⁱ.

Les financeurs et donneurs d'ordres sont tous regroupés dans la capitale. En ce qui concerne la diffusion, les antennes régionales de France 3 sont comparables aux services déconcentrés de l'Etat et non à des services de diffusion décentralisée. Cependant, entre 2001 et 2011, la masse salariale du secteur audiovisuel a été multipliée par deux dans les régions (+50% en Ile de France). L'industrie audiovisuelle est un des rares secteurs en croissance et qui, en dépit de situations contrastées, crée régulièrement de nouveaux emplois.

1. Un paysage médiatique en profonde mutation :

L'offre de programmes des chaînes hertziennes nationales gratuites a été multipliée par 4,5 entre 2002 (on comptait alors 7 chaînes) et 2012 (32 chaînes). On compte aujourd'hui près de 600 chaînes (accessibles via réseau hertzien, câble, satellite ou ADSL). Cette fragmentation nuit notamment à la fiabilité des mesures d'audience des chaînes locales.

Parallèlement à cela, le développement de la présence des médias sur Internet, accompagné d'un équipement croissant en matériels connectés, ont profondément modifié les usages. Avec près de 6 milliards d'heures de vidéo regardées sur YouTube chaque mois (+50% entre 2012 et 2013^{iv}), l'arrivée de la télévision de rattrapage et de la vidéo à la demande, les chaînes traditionnelles doivent adapter leur stratégie.

Dans ce contexte, la notion de spectateur perd son sens et une approche traditionnelle de l'audience est de moins en moins pertinente.

Enfin, la crise économique entraîne une contraction des budgets publicitaires. Si l'on se réfère à l'année 2007, le marché publicitaire a perdu en cinq ans 2 milliards € sur les cinq médias historiques (Télévision, Presse, Publicité Extérieure, Radio et Cinéma, hors leurs activités Internet), dont - 1,5 milliard € pour la Presse^v.

De 2007 à 2012, la Presse Quotidienne Régionale a perdu plus de 20 % de son chiffre d'affaires publicitaire (227 M€). Aujourd'hui, huit grands groupes se partagent la quasi-totalité des quotidiens régionaux. Ces chiffres traduisent une reconfiguration à l'œuvre et les stratégies des groupes de presse sont parfois diamétralement opposées ; notamment sur la question du positionnement dans le secteur de la télévision locale. En effet, si certaines s'impliquent fortement dans ce secteur, d'autres s'en retirent. D'autres encore, et c'est le cas du groupe La Dépêche, ont développé une activité de prestations dans la production de contenus pour des médias nationaux (TF1, Canal+...).

2. Des situations contrastées pour les chaînes locales et régionales

Il existe près de 3 000 télévisions locales ou régionales en Europe. Mis à part l'exemple allemand de l'ARD, qui est historiquement constitutif du paysage audiovisuel allemand, le modèle espagnol montre les limites des télévisions régionales qui présentent un budget en décalage par rapport à leur audience potentielle.

En France, depuis 2006, le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel a lancé successivement plusieurs vagues d'appels à candidatures qui ont débouché sur de nouvelles chaînes, portant ainsi le nombre total de télévisions locales hertziennes en métropole à 49 en 2013. Cependant, ces dernières années plusieurs télévisions locales ont rencontré des difficultés et elles enregistrent quasiment toutes des déficits chroniques. Les coûts fixes de fonctionnement d'une chaîne locale demeurent élevés par rapport au potentiel du marché publicitaire local. On observe ainsi une tendance à la mutualisation de certains services et programmes.

Cantonnées dans un premier temps au seul bassin des localités faisant l'objet d'un appel d'offres par le CSA, les télévisions locales tentent d'élargir leur réception afin de convaincre les annonceurs et de conforter les collectivités territoriales dans le choix de participer à leur financement.

Rapportés à leurs besoins en financement, la publicité et les revenus divers ne couvrent en moyenne que 40 % des budgets des chaînes en exercice, et les collectivités assurent une part significative de ces revenus. Une politique d'achats d'espaces venant parfois pallier l'absence de Contrats d'Objectifs et de Moyens. La part de financement assurée par la publicité nationale est très faible (moins de 5 % en moyenne).

3. France 3

En janvier 2010, France Télévisions a regroupé les 24 antennes régionales au sein de 4 pôles. Une partie de la production éditoriale -notamment d'information- demeure de la responsabilité des antennes régionales mais la maîtrise des ressources humaines et la gestion budgétaire sont regroupées au sein des pôles.

Le Pôle Sud-Ouest regroupe 5 antennes régionales : Aquitaine, Languedoc-Roussillon, Limousin, Midi-Pyrénées et Poitou-Charentes. Le pôle emploie près de 1000 personnes (hors intermittents du spectacle), soit 824 Equivalents Temps Pleins. Le budget de fonctionnement du pôle était de 90M€ en 2012.

L'antenne Midi-Pyrénées compte 247 permanents installés essentiellement à Toulouse, dont 30 salariés au sein de la filière production. Elle produit entre 2h et 2h30 de programmes quotidiens (informations, magazines, couverture d'évènements). A noter qu'il n'existe pas de budget spécifique aux antennes, le délégué régional en charge de chaque antenne n'ayant pas de responsabilité budgétaire.

Le regroupement des antennes au sein de 4 pôles a créé un niveau supplémentaire de prises de décisions. La gestion des ressources humaines et financières étant désormais de la responsabilité des pôles, la liberté d'action des antennes régionales a été réduite. Les contraintes budgétaires qui pèsent sur France Télévisions seraient en partie liées à cette réforme^{vi}. En conséquence, les antennes réduisent le recours aux CDD et intermittents, entraînant de fait « un plan social silencieux ». Les personnels titulaires expriment également une réelle inquiétude quant à leur avenir, ce malaise étant nourri par l'absence de visibilité du projet pour leur chaîne.

Le modèle éditorial de France 3 n'a pas évolué depuis ses débuts. Il repose sur le principe des décrochages qui, au fil des années, sont devenus de moins en moins significatifs par rapport aux programmes nationaux « imposés » par le siège de France 3. En dehors de l'information, on note un éloignement grandissant entre les attentes exprimées et observées chez les spectateurs et les programmes proposés par l'antenne nationale.

Les auditions des responsables de France 3 Sud-Ouest ont permis de confirmer le projet d'une réforme radicale de France 3 : un projet de chaînes interrégionales de plein exercice (ou de large autonomie selon les variantes) a été élaboré au sein de France Télévisions dès 2011. Ces chaînes proposeraient des programmes « hexagonaux » uniquement en soirée. Ces programmes seraient fortement liés à l'univers de France 3 (magazines tels que Thalassa, journal de fin de soirée, séries populaires, œuvres cinématographiques, ...). Le reste de la grille serait consacré à des programmes regroupant deux ou trois antennes régionales. Ces chaînes garderaient ponctuellement la possibilité d'émettre en soirée si l'actualité régionale le réclamait. Ce projet se heurte à :

- Une partie de l'encadrement de France 3 (et plus précisément de son siège parisien) qui tient à préserver la dimension nationale de la chaîne et estime que davantage de programmes régionaux se traduirait par des pertes d'audiences. Sur ce point, il est à noter, qu'en général, les décrochages régionaux bénéficient de bonnes audiences^{vii}.
- A la crainte d'une fusion des rédactions nationales de France 2 et France 3, ce qui concourt également à créer un climat peu propice à des évolutions qui nécessitent une certaine sérénité.
- Au Ministère de tutelle dans le cadre de la négociation de l'avenant au Contrat d'Objectifs et de Moyens. La réforme de l'audiovisuel, attendue pour mi 2013, a été reportée à 2014. Seule le mode de nomination des présidents de France Télévisions, de Radio France et de l'Audiovisuel extérieur de la France fera l'objet d'une nouvelle loi en 2013^{viii}.

4. TLT

Lancée en 1988, TLT est la seconde chaîne locale à voir le jour en France. Comme la plupart des chaînes créées durant cette période, elle aura connu une phase de croissance dans ses premières années, pour ensuite voir sa voilure réduite. En effet, la majorité de ces chaînes, dites historiques, ont eu et ont encore les plus grandes difficultés à trouver un modèle économique leur permettant d'atteindre l'équilibre financier. Ainsi, en 2009, TLT a dû réaliser un plan social. Les effectifs sont passés de 50 à 22 équivalents temps-plein.

Entre 2005 et 2013, la participation de la Société d'Economie Mixte CTV (Ville de Toulouse) à l'actionnariat de TLT est passé de 20 à 51,5%. Ainsi, du fait de la position majoritaire des financeurs publics dans son capital, le statut de TLT pourrait être appelé à évoluer sur le plan juridique si aucun nouvel actionnaire privé ne rejoint le tour de table. Avec près de 22% du capital, la Dépêche du Midi est second actionnaire de TLT, le groupe Pierre Fabre occupe la troisième position. Aucun des actionnaires de la chaîne n'a été auditionné.

Les représentants du Groupe La Dépêche – dont une filiale avait jusqu'à récemment la charge de la régie publicitaire - n'ont pas souhaité être reçus dans le cadre de cette étude. Les autres actionnaires ainsi que les représentants de la Ville de Toulouse n'ont pas été sollicités.

Si TLT a durant ses premières années bénéficié d'une bonne notoriété et d'un public fidèle, à l'image d'autres locales, la chaîne a subi de plein fouet la fragmentation du marché et le développement de l'offre. TLT a ainsi besoin de reconquérir un public.

Compte tenu des relations de travail entre TLT et les collectivités, la chaîne assure et se donne une mission de service public (information citoyenne, culture, social...). L'offre de TLT à l'attention des habitants de la région est notamment celle d'une fenêtre, d'un espace pour les citoyens et pour différents acteurs régionaux (sociétés de production, étudiants de l'ESAV^{ix}...). Il ressort de l'audition de l'équipe actuelle de TLT que l'ambition n'est pas de faire de TLT une chaîne régionale, mais de régionaliser la chaîne, en termes de contenus notamment. Cet objectif ne s'appuiera pas exclusivement sur l'information, mais aussi sur un traitement différent des émissions, ainsi que dans la ligne éditoriale des documentaires programmés sur la chaîne.

Aujourd'hui, TLT diffuse sur une zone géographique qui correspond au bassin de population des 800 000 habitants du Grand Toulouse. L'élargissement de l'aire de diffusion est un enjeu fort pour la chaîne. Mais la diffusion par voie hertzienne ou satellitaire à l'échelle régionale semble difficilement envisageable, faute de moyens techniques et financiers. Il a été rappelé par ailleurs que, sur le plan juridique, tout changement substantiel dans le périmètre d'émission ou dans la vocation éditoriale d'une chaîne est soumis à l'arbitrage du CSA qui peut, le cas échéant, procéder à un nouvel appel d'offres s'il juge que la nature de la chaîne s'écarte trop du droit d'émettre initial.

5. France 3 Midi-Pyrénées et TLT, acteurs d'une filière régionale

a. Un rôle structurant pour les sociétés de production

La Région compte environ 30 sociétés de production (dont 15 actives dans le secteur de la création audiovisuelle). La production de documentaires pour la télévision représente l'activité principale mais depuis ces 5 dernières années la production de films d'animation ne cesse de progresser.

Pour le secteur régional de la production, les apports de TLT ou de France 3 sont de deux ordres :

- En prestations techniques : la chaîne met à disposition des moyens techniques et/ou des compétences internes. Ce type d'apport semble de moins en moins intéressant pour les producteurs qui tendent à acquérir des moyens techniques en propre et qui considèrent fréquemment que les prestations techniques de France 3 sont facturés à des tarifs supérieurs à ceux du marché.
- En numéraire : la chaîne réalise un apport en numéraire qui offre au producteur délégué un accès plus aisé au principal mécanisme de soutien à la production audiovisuelle du CNC, le COSIP (Compte de soutien aux industries de programmes).

Ainsi, l'acceptation d'un projet par TLT ou par France 3, à défaut d'autres diffuseurs, est fondamentale : elle permet au producteur délégué d'accéder à d'autres sources de financement.

France 3 Midi-Pyrénées, depuis intégrée au Pôle Sud-Ouest, ne coproduit chaque année que 2 à 5 documentaires avec des sociétés de production de Midi-Pyrénées. Contrairement à d'autres antennes régionales, France 3 Midi-Pyrénées n'a pas joué un rôle de stimulation de la production régionale et la situation s'est aggravée depuis la structuration de la chaîne en Pôles, depuis 2010.

Au contraire, TLT joue un rôle important au sein de la filière documentaire régionale, avec une moyenne sur les quatre dernières années de 9 documentaires par an produits par des sociétés de la Région (18 en 2012, pour un montant de 0,49M€^x).

La majorité des projets produits en région sont également diffusés en région, or l'apport des chaînes locales reste nettement inférieur (25 000 € par heure de programme documentaire) à celui des diffuseurs nationaux (73 000 €). A noter que l'investissement du diffuseur détermine le montant du COSIP automatique du CNC.

Localement, et à l'exception des producteurs de films d'animation, les producteurs ont de grandes difficultés à accéder aux diffuseurs nationaux, même lorsque les projets le justifient. Ces derniers sont le plus souvent redirigés vers les chaînes locales^{xi}. Les producteurs ont ainsi le sentiment que leur implantation en région les discrédite auprès des diffuseurs. En outre, on observe que les chaînes nationales ont, certainement par

facilité, tendance à travailler avec peu de producteurs.

Au contraire, les producteurs de films d'animation disposent, de la part des diffuseurs, de la même considération et de budgets comparables quelle que soit leur implantation géographique.

Les crédits consacrés à la création audiovisuelle par la Région Midi-Pyrénées se situent en 12^e position parmi l'ensemble des Régions, en dehors de l'Île de France. A quelques exceptions près, les Régions les plus investies dans la création audiovisuelle sont également celles qui comptent des télévisions locales voire régionales significatives. Les coproductions avec des télévisions de leur propre région facilitent l'activité des sociétés de production régionales.

b. Un lien avec les structures de formation à rechercher :

L'offre de formation dans le secteur audiovisuel en Midi-Pyrénées constitue un premier maillon de la filière particulièrement bien doté avec l'Ecole Supérieure d'Audiovisuel (ESAV), la Section Technicien Supérieur (STS) Métiers de l'Audiovisuel du Lycée des Arènes et l'Ecole de Journalisme de Toulouse. Acteur fort de cette filière, notamment grâce aux opportunités de stages, France 3 accuse un net recul sur ce point, de même que sur celui des offres d'emploi. Néanmoins, l'antenne régionale de France 3 et TLT constituent des fenêtres de diffusion privilégiées pour les anciens étudiants.

III. PRECONISATIONS

Le groupe d'études sur l'audiovisuel en Midi-Pyrénées a pris acte des différentes échéances des projets de lois sur l'audiovisuel, d'une part, et des projets de lois liées à la décentralisation, d'autre part. Il a aussi inscrit ses travaux dans le cadre des bouleversements techniques et financiers que connaît le monde télévisuel, et a constaté les graves difficultés des télévisions dont les modèles n'ont pas évolué. Le groupe d'études a également pu mesurer tout le potentiel humain, culturel et économique que représente la filière des métiers de l'audiovisuel en Midi Pyrénées et l'importance que peuvent représenter les diffuseurs régionaux tant pour la formation que pour la production..

Dans ce contexte , en ce qui concerne France 3, la réforme de 2010 semble avoir à nouveau éloigné la chaîne de sa vocation de télévision régionale de proximité. Le groupe d'études rappelle cette vocation et plaide pour un droit à l'expérimentation avec France Télévisions à condition que les coûts soient clairement déterminés et que les collectivités disposent des moyens permettant d'accompagner ces expérimentations. La conclusion d'un Contrat d'Objectifs et de Moyens avec France Télévisions pourrait alors être envisagée.

En ce qui concerne TLT, des doutes ont été exprimés sur la viabilité de cette chaîne et des télévisions locales en général. Cependant, la multiplicité des canaux de diffusion est également un puissant gage de pluralisme, essentiel à toute démocratie. Par ailleurs, la recherche d'une meilleure proximité n'a jamais pu être pleinement accomplie par France 3 dans sa forme actuelle. TLT semble pouvoir porter un projet de télévision au-delà de sa vocation locale initiale. Sa couverture hertzienne, pour des raisons techniques et économiques, restera cependant imparfaite sur le territoire de Midi-Pyrénées. D'autres formes de diffusion devraient toutefois faciliter son accès à l'ensemble des Midi-Pyrénéens. La régionalisation des programmes, déjà entamée, ne doit pas donner lieu à une télévision « régionaliste » mais, au contraire, présenter des garanties d'ouverture vers le monde tout en valorisant l'ensemble des acteurs de Midi-Pyrénées.

Enfin, ces deux diffuseurs jouent un rôle clé dans le développement d'une véritable filière audiovisuelle. Tant dans le domaine de la formation que de la production, Midi-Pyrénées compte des acteurs de qualité, en quête d'une meilleure reconnaissance. Ces acteurs participent à la recherche de diversité et de proximité qui a été une préoccupation constante du groupe d'études. Cependant, ce secteur demeure fragile et mérite une attention particulière de la part de la collectivité.

Le groupe d'études a dressé la liste de propositions ci-après.

1. FRANCE 3 : POUR UNE TELEVISION REGIONALE DE PROXIMITE

a. Rappeler l'attente forte d'une véritable télévision régionale de proximité

France 3 Midi-Pyrénées semble d'ores et déjà disposer des moyens humains et techniques qui devraient être mieux mis en valeur afin de proposer une véritable télévision régionale de proximité. Le projet de loi sur l'audiovisuel devra rappeler le rôle des antennes locales et leur donner la capacité de mieux suivre la richesse des initiatives des acteurs régionaux dans leur ensemble. Toutefois, et d'un avis général, il paraît d'ores déjà possible d'augmenter significativement le temps d'antenne régional et ce, à moyens constants.

b. Obtenir de France Télévisions une plus grande attention des antennes de France 3 pour la diversité proposée par les auteurs et producteurs régionaux

Les auteurs et producteurs régionaux font partie intégrante du principe de diversité culturelle qui doit être aujourd'hui à nouveau défendu. France 3 Sud-Ouest dispose des compétences et des ressources techniques qui doivent lui permettre de jouer un véritable rôle de partenariat avec la filière audiovisuelle régionale. Dans cet esprit, France Télévision devrait inciter ses antennes régionales à mettre en œuvre une politique ambitieuse de captation d'images de grands événements (culturels, sportifs, etc. ...) régionaux qui contribuerait à la promotion du territoire régional, à la fidélisation d'un large public et à la création d'une forte identité d'antenne.

Il serait également souhaitable que des coopérations soient développées entre les antennes régionales et les chaînes locales. Des conventions pourraient être également passées en ce sens avec les organismes de formation ou de création régionaux.

c. Veiller à ce que France 3 continue à disposer des moyens nécessaires à l'accomplissement de ses missions

L'émergence de nouvelles télévisions proposant une couverture régionale voire interrégionale ne semble pas viable économiquement. France 3, et le service public en général, doivent donc continuer à recevoir les moyens permettant d'assurer une couverture régionale optimale. Afin de soutenir la création audiovisuelle régionale, les antennes régionales doivent obtenir une certaine autonomie financière sous le contrôle de France Télévisions.

d. Envisager l'expérimentation d'une télévision interrégionale en fonction des capacités budgétaires de la Région

Proposé par certains dirigeants de France 3 Sud-Ouest, un modèle de télévision interrégionale (Aquitaine, Midi-Pyrénées et éventuellement Limousin) permettrait de passer de la logique actuelle de « décrochage régional » à celle d'un « accrochage hexagonal » en soirée. Ce nouveau modèle, qui pourrait être expérimenté sans bouleverser les grands équilibres de France 3, ne pourrait aboutir qu'avec un soutien affirmé des Régions, notamment auprès de la tutelle de France Télévisions. Les collectivités territoriales seraient appelées à devenir partenaires de ces chaînes, dans le cadre de Contrats d'Objectifs de Moyens. Cependant, le coût de cette expérimentation et, à plus long terme, de sa mise en place définitive, demeurent encore imprécis. Par ailleurs, les contraintes financières qui pèsent sur les Régions conditionnent une telle expérimentation à l'obtention de nouvelles ressources budgétaires.

e. Sortir du carcan de la numérotation des chaînes qui occulte les télévisions régionales.

Il conviendrait de résoudre l'important problème de la numérotation des chaînes qui relègue les antennes régionales à des rangs où elles sont souvent invisibles du grand public (et par voie de conséquence, des annonceurs publicitaires), en sollicitant le CSA afin qu'il prenne toutes les mesures en son pouvoir pour faciliter l'accès aux chaînes régionales.

2. TLT : SOUTENIR LA CREATION D'UN RESEAU DE DIFFUSEURS EN REGION ET FAIRE EVOLUER LE CONTRAT D'OBJECTIFS ET DE MOYENS

a. Mieux valoriser les programmes proposés par TLT et développer les émissions en direct au sein et en dehors de la métropole toulousaine

TLT a comme atout une grande réactivité et une souplesse de moyens qu'il convient de valoriser. Une étude sur les conditions techniques et les coûts d'émissions en direct devrait être menée par la chaîne. L'objectif est de renforcer la proximité et l'immédiateté de l'information. Par ailleurs, l'ensemble des programmes pourrait bénéficier d'une meilleure présentation sur le site internet de la chaîne (recherche thématique, diffusion simultanée, ...).

b. Inciter aux échanges entre TLT et d'autres télévisions locales

Ce rapprochement pourrait se traduire par la création d'un réseau de télévisions locales dont l'un des buts serait l'échange de programmes. Ces partenariats pourraient impliquer des Web TV locales^{xii} ainsi que des webTV thématiques^{xiii}, non régionales. TLT pourrait mener une étude afin de vérifier si de tels partenariats sont envisageables afin de proposer un travail de réseau entre diffuseurs de Midi-Pyrénées voire à terme fédérer des diffuseurs de Midi-Pyrénées. Ce réseau pourrait, éventuellement, avoir vocation à faciliter la recherche d'annonceurs publicitaires. Par ailleurs, des échanges de programmes avec des télévisions locales d'autres régions auraient pour objectif de réduire le coût de grille à condition que ces programmes préservent l'identité de TLT.

c. Améliorer les conditions de diffusion, notamment via les Fournisseurs d'Accès à Internet (FAI)

Le coût d'une reprise par satellite semble très important par rapport au gain d'audience possible. Cependant, il est proposé que TLT mène une étude technique qui permettrait de préciser les coûts liés à ce type de diffusion et le gain potentiel de spectateurs à moyen terme. Par ailleurs, la diffusion par d'autres émetteurs TNT ne permettrait qu'une couverture très partielle du territoire de Midi-Pyrénées et son coût serait élevé si on le rapporte à l'audience potentielle.

A l'heure actuelle, et à court terme, il semble que seule une reprise plus large du signal de TLT par les Fournisseurs d'Accès Internet puisse être une solution raisonnable. Bien que moins aisé, l'accès à TLT via un FAI permettrait un accès sur l'ensemble du territoire régional et au-delà. Les évolutions techniques en cours, notamment la convergence des supports et l'avènement de la "télévision connectée", devraient dans l'avenir estomper quelque peu les différences entre modes de diffusion, permettant à un réseau de télévisions locales de compenser son absence de diffusion globale par satellite ou par la TNT.

d. Améliorer l'offre ADSL et étudier la possibilité d'accès à TLT via des applications pour supports mobiles

Une véritable refonte du site internet de TLT et de nouveaux moyens techniques devraient permettre de proposer l'accès en direct à ses programmes ainsi qu'à d'autres fonctionnalités présentes sur les sites internet des télévisions locales ou généralistes (accès aux archives, télévision de rattrapage, fonction de recherche, réseaux sociaux,...). L'accès via iPhone, Android, iPad pourrait renforcer le lien entre TLT et les Midi-pyrénéens en proposant des fonctionnalités pratiques. Une uniformisation de la numérotation des télévisions locales par les Fournisseurs d'Accès à Internet (FAI) que pourrait imposer le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel^{xiv} rendrait plus visible cet accès. Une campagne de communication régionale pourrait également renforcer cette visibilité.

e. Préciser le contenu du Contrat d'Objectifs et de Moyens signé avec TLT, modifier la composition et étendre les missions du comité de suivi

Il est proposé de préciser le contenu des émissions à caractère régional ainsi que les moyens qui sont affectés par la chaîne (tant sur le plan qualitatif que quantitatif), tout en respectant sa liberté éditoriale. Par ailleurs, les élus de la Commission culture de la Région Midi-Pyrénées pourraient être associés au comité de suivi prévu dans le Contrat d'Objectifs et de Moyens, lequel doit se réunir au moins deux fois par an. Si ces préconisations étaient retenues, ces points devront faire l'objet d'un avenant au Contrat d'Objectifs et de Moyens signé entre TLT et la Région Midi-Pyrénées. Ce comité de suivi pourrait également veiller aux évolutions du secteur et notamment au traitement par le CSA du dossier des télévisions locales et régionales (évaluation économique, réglementation du marché publicitaire, question de la numérotation des chaînes locales par les FAI, ...).

3. LA FILIERE AUDIOVISUELLE, ELEMENT DE DYNAMISME ET DE DIVERSITE

a. Renforcer la visibilité des acteurs de la filière audiovisuelle en dehors du territoire Midi-Pyrénéen et proposer l'inscription au Schéma Régional de Développement Economique de la filière audiovisuelle

Cette inscription permettrait aux acteurs de la filière de faire appel plus aisément aux mécanismes tels que les contrats d'appui. Par ailleurs, la Région pourrait accompagner les sociétés de production ou les structures de formation afin de renforcer leur présence, notamment lors de marchés professionnels en France et à l'étranger.

b. Améliorer les mesures d'audience des télévisions régionales et locales et faciliter leur identification auprès du public et des annonceurs

En permettant à TLT de participer au financement d'études plus précises, au sein du réseau de télévisions locales. Une mesure d'audience plus précise permettrait :

- aux collectivités territoriales de mieux apprécier la couverture des diverses antennes et d'ajuster en fonction les ressources publiques qui leur sont consacrées
- aux régies publicitaires de disposer des instruments leur permettant d'améliorer les ressources publicitaires.

c. Inciter les coproductions entre TLT et France 3 Sud-Ouest afin de permettre à certains programmes, notamment les documentaires de création, de bénéficier d'une diffusion élargie et d'une meilleure visibilité.

Ces coproductions pourraient s'inscrire dans le cadre d'un Contrat d'Objectifs et de Moyens avec TLT, dans un premier temps. Au-delà des champs du magazine et du documentaire, ces coproductions pourraient également concerner des projets de fiction ou d'animation, sous forme de courts-métrages ou de séries, des captations d'évènements culturels, sociaux, sportifs ou politiques. L'incitation publique à cette synergie entre les deux antennes ne pourra cependant produire ses pleins effets que dans le cadre d'un conventionnement entre la Région et France 3, mais cela présuppose - comme rappelé plus haut - l'obtention par la Région de nouvelles ressources financières .

d. Dans le cadre de la promotion de la langue et de la culture occitane, étudier la mise en place d'une WebTV interrégionale

Un projet de WebTV occitane, en comparaison avec une WebTV bretonne qui a été lancée en 2006, devra tenir compte d'une communauté linguistique plus diffuse et éclatée^{xv}. Le positionnement éditorial ne serait donc pas entièrement transposable. Il apparaît, par exemple, difficile de dupliquer le concept d'émissions itinérantes à l'échelle de l'aire de pratique de l'occitan^{xvi}. Cependant, l'étendue du territoire occitanophone peut également être une chance car les moyens nécessaires à la mise en œuvre d'un tel projet pourraient être partagés entre plusieurs Régions ce qui, au-delà de l'aspect budgétaire, permettrait de faire de cette WebTV un vecteur de rapprochement interrégional.

Sous réserve des conclusions de l'étude en cours^{xvii}, une WebTV interrégionale pourrait également nouer des partenariats avec TLT, dans le cadre d'un réseau des télévisions locales évoqué dans la partie 2 des préconisations. Le lancement du projet de WebTV occitane, et le choix de son maître d'œuvre, devront faire l'objet de discussions spécifiques.

En conclusion, l'actualité rejoint le travail mené au sein de la Région Midi-Pyrénées. Voici une déclaration tenue lors des Assises de l'audiovisuel qui, sur l'initiative du Ministère de la culture, ont eu lieu à Paris le 5 juin dernier^{xviii} :

Rémy PFLIMLIN, président de France Télévisions : « *Concernant la régionalisation de France 3, nous sommes dans une phase de Stop, avec les plans d'économie que nous avons lancés, et particulièrement dans les régions. Pour autant, et c'est des discussions qu'on a eues avec la ministre sur le plan stratégique, il faut que nous reposions la question de la télévision régionale. Nous nous référons à ce qui se passe en Europe, par exemple en Angleterre ou en Allemagne, où il y a des télévisions régionales publiques puissantes. Aujourd'hui en France il y a un vrai besoin qui émane des régions, il faut qu'on réfléchisse à la façon de faire, et cette question doit être traitée d'ici 2014-2015 par les membres du groupe de travail que la ministre doit mettre en place dans les prochaines semaines avec les élus régionaux. Il faut qu'on aborde cette question parce que la crise économique touche les acteurs régionaux qui sont eux aussi en difficulté aujourd'hui.* »

-
- ⁱ La Région dispose aujourd'hui d'une politique dans le champ de l'audiovisuel qui s'adresse à la création, à la formation et l'éducation à l'image (ESAV, Jeunes au Cinéma), à la diffusion (festivals, salles de cinéma), ainsi qu'à la conservation (Cinémathèque). Ce groupe d'études n'avait pas vocation à explorer l'ensemble de ces champs dans la perspective de faire évoluer les dispositifs actuels. Le sujet a été circonscrit à la question de la télévision locale, notamment régionale, la Région ayant conclu en 2012 un Contrat d'Objectifs et de Moyens avec la chaîne locale TLT. Cependant, les questions de formation et de production régionale ont été abordées car étroitement liées aux diffuseurs locaux et régionaux.
- ⁱⁱ Le rapport complet est disponible auprès de la Région Midi-Pyrénées
- ⁱⁱⁱSource : étude AUDIENS, Commission du film Ile de France 2013. Données 2011
- ^{iv} Le Monde, 4 mai 2013. YouTube veut capter la publicité télévisée, Jérôme Marin
- ^v Source IREP France Pub 2012
- ^{vi} Audition des représentants du personnel de France Télévisions 23/01/2013
- ^{vii} En moyenne, 25-30% de parts d'audience sur les programmes régionaux d'information.
- ^{viii} Les Echos 06/05/2013 Interview d'Aurélie Filippetti, Ministre de la culture
- ^{ix} ESAV : Ecole Supérieure de l'Audiovisuel. Ecole de cinéma publique de l'Université de Toulouse 1.
- ^x Source CNC. La production audiovisuelle aidée en 2012.
- ^{xi} A titre d'exemple, il a été mentionné que France Télévisions renvoyait systématiquement les producteurs installés en province vers leurs antennes locales.
- ^{xii} A titre d'exemple de Web TV locales : WebTV de Colomiers, WebTele 31, Mativi-Toulouse, TV-Sol, TV Bruits, UT-Capitole, Tandem TV (CCI & PRES Midi-Pyrénées), Stade Toulousain TV,...
- ^{xiii} A titre d'exemples de WebTV thématiques, non régionales : universciences.tv, aeronewstv,...
- ^{xiv} « Nous entendons développer une action vis-à-vis des FAI, des fournisseurs d'accès à Internet, pour que les règles de numérotation soient simples et systématiques. Nous avons conscience que la numérotation c'est la vitrine des télévisions locales ». Olivier Schrameck, Président Du CSA, France Info, 10/04/2013
- ^{xv} Il existe de nombreuses variantes de l'occitan et l'aire géographique dans laquelle il est pratiqué est nettement plus étendue, du Piémont italien au Val d'Aran.
- ^{xvi} Le coût de fonctionnement de la chaîne (276 K€) est relativement faible, mais le fonds audiovisuel en langue bretonne permet de financer l'essentiel des programmes qui sont diffusés sur Brezhoweb. Par ailleurs le Fonds d'Aide à la Création Audiovisuelle de la Région Bretagne, qui permet de soutenir la filière audiovisuelle bretonne dans son ensemble (dont de nombreux documentaires, fictions TV et longs-métrages de cinéma en langue française) dispose de moyens importants (3 M€ en 2013, à comparer au fonds d'aide à la création audiovisuelle de la Région Midi-Pyrénées qui est de 1,4 M€ en 2013)
- ^{xvii} Krouin. Faisabilité d'une web TV occitanophone interrégionale et transfrontalière.2011-2013
- ^{xviii} Source : Réinventons l'audiovisuel public. Serge Steyer. Films en Bretagne.