



Compte-rendu de la Commission des Locales de l'ex-pôle Sud-Ouest du 2 mai 2018

Présents à Toulouse : Miryam Brisse (Albi), Elise Daycard (Pau), Christelle Hannoteaux (Brive), Céline Llambrich (Perpignan) et François Ollier (Toulouse).

Audioconférence: Luc Tazelmatti (Rodez).

Excusées: Emilie Bersars (Périgueux), Stéphanie Deschamps (Bayonne), Pierre Trouillet (Nîmes)

Cette réunion s'est organisée autour d'un point, rédigé sous forme de question : quelles solutions pour diffuser une édition locale sur la box ?

Dans ce compte-rendu, la commission des locales reviendra sur les chiffres concernant la visibilité des éditions locales, largement diffusés, répétés, assénés aux équipes mais aussi aux élus politiques mobilisés pour le maintien de ces éditions.

La commission des locales proposera, également, une solution sérieuse pour diffuser ces éditions sur les box et ainsi les rendre accessibles à l'ensemble des téléspectateurs.

1- Quelle visibilité pour les éditions locales ?

« On ne vous voit plus », « moins d'un téléspectateur sur deux ont accès à vos éditions », « vous coûtez trop cher pour un résultat que de moins en moins de téléspectateurs peuvent voir », etc...

Tous les salariés des locales ont eu droit à ces arguments, souvent répétés pour ne pas dire martelés. Il a fallu beaucoup de volonté, d'énergie et parfois de courage pour que les équipes ne baissent pas les bras. Et elles ont eu raison de résister. Car aujourd'hui, nous savons que *« ces chiffres sont détournés de la réalité car ils comptabilisent seulement les foyers dépendant de la TNT »*. Ce n'est pas la commission des locales qui l'affirme mais Olivier Huart, PDG de TDF dans une interview diffusée dans Le Figaro du 2 avril 2018. Dans cette interview, Olivier Huart affirme également que *« 68% des foyers français regardent la télé en utilisant la TNT hertzienne terrestre »*.

Ce ne sont donc pas moins d'un téléspectateur sur deux qui ont accès aux éditions locales mais bien 2 téléspectateurs sur 3. Et c'est une bonne nouvelle pour l'ensemble des salariés qui œuvrent tous les jours à la fabrication et diffusion de ces éditions, c'est également une excellente nouvelle pour la direction de FTV, induite en erreur par les chiffres

du CSA. Un CSA qui confirme qu'un foyer sur deux est équipé de box mais un CSA qui oublie de préciser que la moitié de ces box est raccordée à la TNT.

Et Olivier Huart va plus loin en matière de bonne nouvelle, puisqu'il rappelle que « *la TNT est la meilleure plateforme de diffusion des chaînes de télé qui couvre pratiquement 100% de la population. Il y aura toujours besoin de cette solution* ».

La ministre de la Culture a également appuyé en faveur de la TNT le 7 mars dernier sur les ondes de France Inter, en révélant qu' « *on est très attaché à la TNT* ».

La TNT n'est donc plus condamnée comme il nous avait été aussi annoncé mais bien vivante. Une résurrection!

Ces bonnes nouvelles ne doivent pas nous faire oublier qu'un tiers des téléspectateurs équipés de box, n'ont pas accès aux éditions locales de France 3.

2- Quelles solutions pour une diffusion box?

La technologie évolue vite. Nous réfléchissons tous dans les locales et les instances, depuis des mois, aux solutions à trouver pour une meilleure diffusion de ces éditions locales.

D'autres, par souci de facilité ou d'économie, sont allés jusqu'à envisager leur suppression. Et au même moment, des esprits plus en phase avec la réalité technologique et ses possibilités, travaillaient à des solutions de diffusion géolocalisée sur les box, notamment pour la publicité.

Cette manne est déjà importante à l'étranger. La publicité adressée représente environ 5 % du volume d'achat en télévision aux Etats-Unis, avec l'ambition d'un quadruplement en 2019-2020.

En France, sur la TV linéaire, France 3 est la seule chaîne à être autorisée à de la publicité géolocalisée. Des expérimentations ont été menées de décrochage publicitaire géographique sur France 2 et France 4 sur la TNT au Mans et à Bordeaux, en début d'année.

TF1 et M6 testent également cette possibilité sur les box. Une diffusion de publicité ciblée sur les box représente une nouvelle source de revenus pour tous les médias, privés ou publics.

Ces expérimentations des médias privés et publics, nous enseignent que la diffusion géolocalisée d'un programme publicitaire ou autres sur les box, est donc possible.

Et cette nouvelle information est primordiale pour tous ceux qui ont compris que la diffusion de programmes de proximité répond aux attentes des téléspectateurs.

Un partenariat de France 3 avec les fournisseurs d'accès internet (FAI), s'il n'existe pas déjà, pourrait donc faciliter la diffusion des éditions locales sur les box sur de petits territoires tel un département.

Conclusion:

La commission des locales demande à la direction du réseau de France 3 d'étudier sérieusement cette proposition de diffusion géolocalisée des éditions locales sur les

box. Si ce type de diffusion a un coût, il pourrait être financé par la diffusion géolocalisée de publicités.

Annexe: Interview d'Olivier Huart, PDG TDF, dans Le Figaro du 3 avril 2018.

Olivier Huart: « La TNT est la meilleure plateforme de diffusion des chaînes de télé »

Le PDG de TDF profite de la guerre que se sont livrés TF1 et les opérateurs pour rappeler les bienfaits de la TNT.

LE FIGARO.- TDF diffuse les chaînes gratuites de la TNT. Mais après le bras de fer entre TF1 et Canal +, n'avez-vous pas peur que TF1 vous demande de payer pour diffuser son signal?

Olivier HUART. - Il y a deux modèles. Celui de la télévision hertzienne terrestre qui est basé sur la publicité. Les chaînes perçoivent de l'argent auprès des publicitaires et ensuite rémunèrent les plateformes de diffusion dont celle de TDF. Ensuite, il y a un modèle de type câble, qui s'étend désormais aux opérateurs télécoms. Ces derniers perçoivent un abonnement auprès d'un client final et dans cet abonnement, ils décident ou non de fournir à ses abonnés tel ou tel type de contenus. En contrepartie, ils rémunèrent donc les chaînes.

Avec cette crise, on s'est aperçu que plus de la moitié de l'audience des chaînes passait par des box. La TNT est-elle condamnée à décliner?

La leçon de cette bataille, c'est que finalement la TNT confirme son rôle de plateforme universelle par excellence. Elle a été une bonne alternative à la coupure du signal de TF1 par Canal +. C'est elle qui a permis de déboucler le conflit. La TNT est une plateforme de très grande qualité qui couvre pratiquement 100% de la population. Elle est simple d'utilisation, gratuite et respecte la vie privée. Ses atouts sont évidents et il y a aura toujours besoin de cette solution. Ce qui caractérise le consommateur moderne, c'est le «et en même temps». Il a une voiture et en même temps, il utilise le train. Il achète dans les magasins et en même temps sur Internet. Il a une box et en même temps il regarde la TNT. Car il faut savoir que plus de la moitié des box sont connectées au réseau télécoms et en même temps

au réseau de la TNT. Du coup, la TNT est encore la première plateforme de réception de la télévision en France.

Selon le CSA et l'Arcep, désormais, moins de la moitié de la consommation de télévision passe par la TNT hertzienne.

Ces chiffres sont détournés de la réalité car ils comptabilisent seulement les foyers qui dépendent de la TNT. Si on ne comptait que les foyers dépendants du train, personne n'utiliserait le train! Par ailleurs, je rappelle que la moitié des box utilise la TNT hertzienne pour diffuser les chaînes gratuites. Aujourd'hui, 68% des foyers français regardent la télé en utilisant la TNT hertzienne terrestre. C'est le vrai chiffre.

En revanche, la TNT n'offre pas les services associés comme le replay. Quand allez-vous le faire?

C'est exact. Mais il y a tout un ensemble de services interactifs que nous pouvons fournir. En Grande-Bretagne, en Allemagne et en Italie, il y a des plateformes qui offrent à la fois la TNT et les services délinéarisés par Internet via des corners de marques par chaîne. L'objectif est de proposer ces services. En complément de l'évolution vers l'ultra haute définition, c'est l'un des grands axes de la modernisation de la TNT, lancée par le CSA.

Quand Canal + a coupé le signal de TF1, avez-vous vu un basculement massif sur la TNT?

Sur notre site «matnt.tdf.fr», nous avons vu le nombre de demandes d'information exploser littéralement.

(...)