GUIDE DES CHAÎNES NUMÉRIQUES

MARS 2013

11e ÉDITION

CSA CONSEIL SUPÉRIEUR DE L'AUDIOVISUEL
CNC
Liberté • Égalité • Fraternité RÉPUBLIQUE FRANÇAISE Ministère Culture Communication
Direction générale des médias et des industries culturelles
A.C.C.e.S. Association des Chaînes Conventionnées éditrices de Services
SNP TV SYNDICAT NATIONAL DE LA PUBLICITÉ TÉLÉVISÉE

CONSEIL SUPÉRIEUR DE L'AUDIOVISUEL

Direction des études et de la prospective
Direction des programmes
Tour Mirabeau. 39-43 quai André Citroën
75 739 Paris Cedex 15
Tél : 01 40 58 38 00
www.csa.fr

CENTRE NATIONAL DU CINÉMA ET DE L'IMAGE ANIMÉE

Direction de l'audiovisuel et de la création numérique
Direction des études, des statistiques et de la prospective
12, rue de Lübeck - 75 784 Paris Cedex 16
Tél : 01 44 34 38 26 / Fax : 01 44 34 34 55
www.cnc.fr

Direction générale des médias et des industries culturelles

DIRECTION GÉNÉRALE DES MÉDIAS ET DES INDUSTRIES CULTURELLES

Ministère de la Culture et de la Communication
Immeuble des bons enfants
182, rue Saint Honoré - 75 033 Paris Cedex 01
Tél : 01 40 15 80 00
www.dgmic.culture.gouv.fr

A.C.C.e.S.
Association des Chaînes Conventionnées éditrices de Services

ASSOCIATION DES CHAÎNES CONVENTIONNÉES ÉDITRICES DE SERVICES

17, rue de l'Amiral Hamelin - 75 116 Paris
Tél : 01 47 04 24 09
www.acces.tv

SYNDICAT NATIONAL DE LA PUBLICITÉ TÉLÉVISÉE

1, quai du Point du Jour
92 656 Boulogne Cedex
Tél : 01 41 41 43 21 / Fax : 01 41 41 43 30
Email : pubtv@snptv.org
www.snptv.org

Crédit photo (couverture) : Claudia Vasquez

Guide réalisé par : Agence Clair de Lune. 20, avenue Gabriel Péri. 92 350 Le Plessis Robinson
Tél : 01 55 52 07 18 - email : cvillevet@clairdelunepresse.fr
www.clairdelunepresse.fr

AVANT - PROPOS

L'Association des Chaînes Conventionnées éditrices de Services (A.C.C.e.S.), le Centre National du Cinéma et de l'image animée (CNC), le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA), la Direction générale des médias et des industries culturelles (DGMIC) et le Syndicat National de la Publicité Télévisée (SNPTV) se sont à nouveau associés pour publier la onzième édition du Guide des chaînes numériques réalisé par l'agence Clair de Lune.

Ce guide présente une description complète de l'univers des chaînes numériques françaises, tant du point de vue de l'offre, des modes de réception, de la distribution, de l'audience qu'économique. Il permet d'appréhender la grande richesse de l'offre de chaînes numériques en France ainsi que la diversité des réseaux de distribution. Il donne une vision actualisée des performances des chaînes (audiences, résultats financiers) ainsi que de leurs programmations et de leurs investissements dans la production d'œuvres européennes ou d'expression originale française.

Enfin, le guide présente en annexe une synthèse du marché de la vidéo à la demande (VàD), s'intéressant à l'offre, à la consommation et aux usages des consommateurs.

Ce panorama est complété par des fiches de présentation de plus de 120 chaînes diffusées en France. Ces fiches descriptives procurent des informations sur l'ensemble des chaînes diffusées par voie hertzienne numérique (TNT) et sur l'essentiel des chaînes diffusées sur le câble, le satellite et l'ADSL.

La rédaction de ce guide s'est très largement appuyée sur les statistiques, rapports et études réalisés par le CSA et le CNC, ainsi que des sociétés et organismes présentés dans l'index des ressources documentaires (liste en page 6).

SOMMAIRE

CHAPITRE 1
L'OFFRE DE CHAÎNES NUMÉRIQUES

1. Les chaînes de la TNT 08
2. Les chaînes conventionnées et déclarées dans l'offre élargie 08
3. Les chaînes numériques payantes diffusées en France en 2012 09
4. La télévision de rattrapage (TVR) 10

CHAPITRE 2
LES MODES DE RÉCEPTION DE LA TÉLÉVISION EN FRANCE

1. Le marché des récepteurs 16
2. Les modes de réception 16
3. Le profil des foyers selon le mode de réception. 19
4. Le nombre de foyers abonnés à une offre multichaînes payante 20

CHAPITRE 3
LA DISTRIBUTION DES CHAÎNES NUMÉRIQUES

1. Les offres disponibles en mode hertzien terrestre numérique 22
2. Les offres disponibles sur le satellite 22
3. Les offres disponibles sur le câble 24
4. Les offres disponibles sur l'ADSL et la fibre 24
5. Les offres disponibles sur les téléphones mobiles 26

CHAPITRE 4
L'AUDIENCE DES CHAÎNES NUMÉRIQUES

1. L'audience de la télévision 28
2. L'audience des chaînes gratuites 30
3. L'audience des chaînes payantes 31

CHAPITRE 5
LA PROGRAMMATION DES CHAÎNES NUMÉRIQUES

1. Les chaînes gratuites 38
2. Les chaînes payantes 44

CHAPITRE 6
LA PRODUCTION AUDIOVISUELLE ET CINÉMATOGRAPHIQUE

1. Équilibre global de la production audiovisuelle aidée 52
2. Contribution des chaînes nationales gratuites 54
3. Contribution des chaînes payantes 56
4. Les chaînes les plus actives en termes de commandes 57
5. Les engagements financiers des chaînes dans la production cinématographique 59

CHAPITRE 7
L'ÉCONOMIE DES CHAÎNES NUMÉRIQUES

Partie I : Résultats économiques du secteur
1. Bilan financier 2011 des chaînes nationales gratuites 67
2. Bilan financier 2011 des chaînes nationales payantes. 72

Partie II : La publicité
1. Les investissements publicitaires bruts sur l'ensemble des chaînes 85
2. Les dépenses publicitaires nettes en 2011 91

Partie III : L'emploi
1. Les chaînes gratuites de la TNT 67
2. Les chaînes du câble, du satellite, de l'ADSL et de la TNT payante 72

CHAPITRE 8
LES PRINCIPAUX TEXTES AUDIOVISUELS EN 2012

1. Actualité législative en 2012 98
2. Actualité réglementaire en 2012 98

ANNEXES
1. Le marché de la vidéo à la demande (VàD) 101
2. Présentation de l'A.C.C.e.S 106
3. L'index des fiches chaînes 108
4. Les fiches chaînes 109

RESSOURCES DOCUMENTAIRES

LISTE DES PRINCIPALES INSTITUTIONS À L'ORIGINE DES SOURCES D'INFORMATIONS UTILISÉES

ARCEP (Autorité de Régulation des Communications Electroniques et des Postes) : autorité administrative indépendante créée en 2005, l'ARCEP a pour objectif de réguler le secteur des télécommunications et des activités postales. L'ARCEP publie régulièrement des données notamment au sein de « L'Observatoire des services de communications électroniques » qui regroupe les résultats des enquêtes statistiques menées auprès des opérateurs (chiffre d'affaires, volumes et parc…).

Audiens : groupe de protection sociale de l'audiovisuel, de la communication, de la presse et du spectacle, Audiens fournit des données relatives à l'emploi des salariés de l'audiovisuel (permanents et intermittents du spectacle).

CNC (Centre National du Cinéma et de l'image animée) : établissement public à caractère administratif du Ministère de la Culture et de la Communication. Il assure l'unité de conception et de mise en œuvre de la politique de l'Etat dans les domaines du cinéma et des autres arts et industries de l'image animée, notamment ceux de l'audiovisuel, de la vidéo et du multimédia dont le jeu vidéo.

Crédoc (Centre de Recherche pour l'Etude et l'Observation des Conditions de Vie) : organisme d'études et de recherche au service des acteurs de la vie économique et sociale.

CSA (Conseil Supérieur de l'Audiovisuel) : autorité administrative indépendante créée par la loi du 17 janvier 1989 qui garantit en France l'exercice de la liberté de communication audiovisuelle dans les conditions définies par la loi du 30 septembre 1986. Le CSA publie régulièrement des données sur le secteur audiovisuel, à partir notamment des informations fournies par les opérateurs pour l'établissement des bilans annuels.

GfK (Gesellschaft für Konsumforschung) : institut d'études marketing international fondé en Allemagne, spécialisé notamment dans le secteur des médias. En France, GfK publie notamment des évaluations sur l'équipement audiovisuel des foyers et réalise en collaboration avec le cabinet NPA Conseil un baromètre des volumes et valeurs de transactions de vidéo à la demande sur les principales plateformes françaises.

GFU (Gesellschaft für Unterhaltungs und Kommunicationselektronik) : organisation professionnelle allemande regroupant treize sociétés du secteur de l'électronique grand public.

Harris Interactive : institut de sondage qui dispose d'un panel de plus de 750 000 internautes français.

IDATE (Institut de l'Audiovisuel et des Télécommunications en Europe) : cabinet de conseil et d'analyses de marché dans les secteurs des télécommunications, d'internet et des médias, l'IDATE met à jour plusieurs fois par an un document intitulé « Veille sur l'univers des télécommunications ».

IREP (Institut de recherche sur l'économie de la publicité) / France Pub : l'IREP réalise chaque année depuis 1959 la mesure du marché publicitaire français. Cette étude est conduite auprès de l'ensemble des régies publicitaires (télévision, cinéma, radio, internet, presse, publicité extérieure, annuaires) par enquête déclarative sur les recettes publicitaires nettes. Depuis 2000, ces résultats sont confrontés avec ceux de l'association France Pub, qui mesure les dépenses de communication des annonceurs.

Kantar Média : société réalisant une évaluation quotidienne des investissements publicitaires bruts sur l'ensemble des médias.

Médiamétrie : société d'études créée en 1985 chargée d'assurer la mesure scientifique d'audience des principaux médias audiovisuels. L'ensemble des professionnels (médias, annonceurs, agences) est représenté dans toutes ses instances de décision et son capital.

NPA Conseil : cabinet de conseil sur les nouveaux médias. Il propose, en partenariat avec GfK, un baromètre des volumes et valeurs de transactions de vidéo à la demande sur les principales plateformes françaises.

Observatoire de l'équipement des foyers pour la réception de la télévision numérique : créé en 2008 sous l'égide du CSA, en partenariat avec le Comité stratégique pour le numérique, le Ministère de la culture (DGMIC) et le Groupement d'intérêt public France Télé Numérique, il a pour vocation de mesurer le niveau d'équipement des foyers français selon les différents modes d'accès à la télévision numérique, et cela jusqu'à l'extinction totale de la diffusion analogique qui interviendra à la fin de l'année 2011. Il publie deux fois par an le résultat de ses enquêtes, confiées à Médiamétrie.

L'OFFRE DE CHAÎNES NUMÉRIQUES

A la fin de l'année 2012, 223 chaînes numériques [1] sont autorisées, conventionnées ou déclarées [2] auprès du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA). Elles se répartissent comme suit : 32 chaînes autorisées en TNT, 143 chaînes conventionnées et 48 chaînes déclarées.

1. LES CHAÎNES DE LA TNT

A la fin de l'année 2012, 32 chaînes nationales sont à la disposition des téléspectateurs de la TNT (dont 11 en version haute définition [3]). 24 de ces chaînes sont accessibles gratuitement et huit sont payantes.

En 2012, les deux chaînes Direct 8 (renommée D8) et Direct Star (renommée D17) ont été cédées au groupe Canal+, alors qu'elles étaient détenues à 100 % par le groupe Bolloré. Cette cession a été autorisée par le CSA le 18 septembre 2012.

Depuis le 12 décembre 2012, six nouvelles chaînes gratuites sont diffusées en haute définition sur la TNT (Chérie 25, L'Equipe 21, HD1, RMC Découverte, Numéro 23, 6ter). Ces chaînes ont été autorisées par le CSA à l'issue de l'appel à candidatures du 18 octobre 2011.

Deux chaînes payantes de la TNT ont cessé d'émettre en 2012 : TPS Star depuis le 5 mai 2012 et CFoot depuis le 31 mai 2012.

CHAÎNES GRATUITES ET PAYANTES DE LA TNT (au 31 décembre 2012)

CHAÎNES GRATUITES		CHAÎNES PAYANTES	
CHAÎNES	**ÉDITEURS**	**CHAÎNES**	**ÉDITEURS**
TF1	GROUPE TF1	CANAL+	GROUPE CANAL+
FRANCE 2	GROUPE FRANCE TÉLÉVISIONS	CANAL+ CINÉMA	GROUPE CANAL+
FRANCE 3	GROUPE FRANCE TÉLÉVISIONS	CANAL+ SPORT	GROUPE CANAL+
FRANCE 5	GROUPE FRANCE TÉLÉVISIONS	EUROSPORT FRANCE	GROUPE TF1
M6	GROUPE MÉTROPOLE TÉLÉVISION	LCI	GROUPE TF1
ARTE	ARTE FRANCE	PARIS PREMIÈRE	GROUPE M6
D8	GROUPE CANAL+	PLANÈTE	GROUPE CANAL+
W9	GROUPE M6	TF6	GROUPE TF1/ GROUPE M6
TMC	GROUPE TF1		
NT1	GROUPE TF1		
NRJ 12	GROUPE NRJ		
LCP	LCP AN/PUBLIC SÉNAT		
FRANCE 4	GROUPE FRANCE TÉLÉVISIONS		
BFM TV	GROUPE NEXTRADIOTV		
I>TÉLÉ	GROUPE CANAL+		
D17	GROUPE CANAL+		
GULLI	GROUPE LAGARDÈRE		
FRANCE Ô	GROUPE FRANCE TÉLÉVISIONS		
HD1	GROUPE TF1		
L'EQUIPE 21	GROUPE AMAURY		
6TER	GROUPE M6		
NUMERO 23	SOCIÉTÉ DIVERSITÉ TV FRANCE		
RMC DECOUVERTE	GROUPE NEXTRADIOTV		
CHÉRIE 25	GROUPE NRJ		

Source : CSA.

[1] Hors services locaux et chaînes distribuées exclusivement en dehors de la métropole.
[2] *Un service de télévision autorisé est un service qui utilise une fréquence hertzienne attribuée ou assignée par le CSA pour un usage de radiodiffusion.
*Un service de télévision conventionné est un service n'utilisant pas de fréquence assignée par le CSA et qui a conclu une convention avec le CSA lui permettant d'être diffusé sur le câble, le satellite, l'ADSL, le FFTx, internet ou sur le mobile.
*Un service de télévision déclaré est un service n'utilisant pas de fréquences assignées par le CSA et dont le budget annuel est inférieur à 150 000 €. Une simple déclaration doit être déposée auprès du CSA préalablement à la diffusion du service sur le câble, le satellite, l'ADSL, le FTTx, internet ou sur le mobile.
[3] TF1, France 2, Arte, M6, Canal+, Chérie 25, L'Equipe 21, HD1, RMC Découverte, Numéro 23 et 6ter.

2. LES CHAÎNES CONVENTIONNÉES ET DÉCLARÉES DANS L'OFFRE ÉLARGIE

Au 31 décembre 2012, 191 chaînes étaient conventionnées ou déclarées pour une diffusion en France sur les réseaux n'utilisant pas de fréquences assignées par le CSA (câble, satellite, ADSL, mobile, internet).

CHAÎNES CÂBLE/SATELLITE/ADSL/MOBILE/INTERNET (au 31 décembre 2012)

CHAÎNES CONVENTIONNÉES	**143**
CHAÎNES DÉCLARÉES	**48**
TOTAL	**191**

Source : CSA.

Durant l'année 2012, le CSA a conclu dix conventions avec de nouvelles chaînes et cinq nouveaux services ont bénéficié du régime déclaratif [4].

NOUVELLES CHAÎNES NATIONALES CONVENTIONNÉES OU DÉCLARÉES AUPRÈS DU CSA EN 2012

Chaînes conventionnées
365 Sport (sport), BeIN SPORT 1 et 2 (sport), EOS TV (service), Euroshopping (téléachat), Golf+ (sport), L'Enôrme TV (musicale), Mithaq TV (communautaire),Non Stop People (divers) Trace Africa (musique)

Chaînes déclarées
Annonce TV, MBOA TV Madame, Sutka TV, TV Bambou, V et M

Source : CSA.

Par ailleurs, deux conventions signées en 2008 ont été réactivées (avec Berbère Jeunesse et Berbère Musique).

Dix services ont résilié leur convention en 2012 : Allo Ciné, France 24 Anglais, France 24 Arabe, France 24 Français [5], ifTV, LCW, Living God, Mosaïque TV, Orange Sport et Orange Sport Info.

3. LES CHAÎNES NUMÉRIQUES PAYANTES DIFFUSÉES EN FRANCE EN 2012

Au 31 décembre 2012, 138 chaînes nationales payantes conventionnées ou autorisées sont diffusées en France métropolitaine [6].

Un certain nombre de chaînes payantes conventionnées par le CSA ne font pas l'objet d'une diffusion effective en métropole. En effet :

• certaines chaînes ne sont diffusées que dans des territoires d'outre-mer ;

• certaines chaînes, bien que bénéficiant d'une convention avec le Conseil, n'ont jamais été lancées, notamment pour des raisons économiques.

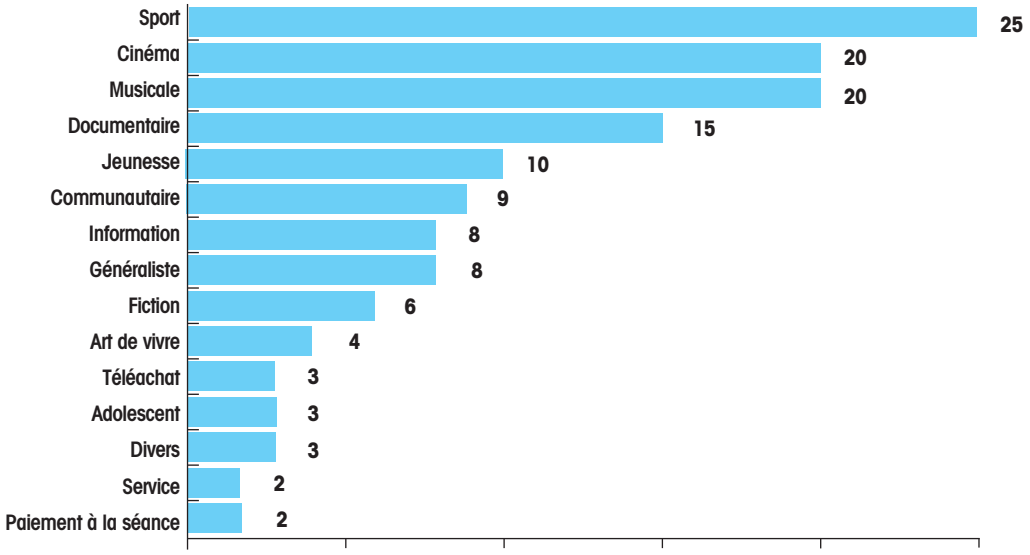
Le tableau ci-après classe par thématique les chaînes nationales payantes numériques diffusées en France métropolitaine à la fin de 2012, qu'elles soient autorisées ou conventionnées [7].

La thématique sport est la mieux représentée. Cette thématique est celle qui a connu le plus de mouvement en 2012, avec la création de quatre nouvelles chaînes (365 Sport, beIN SPORT 1 et 2, Golf+) parallèlement à l'arrêt de la diffusion de trois services (Orange Sport, Orange Sport Info et CFoot).

---

(4) Conformément à l'article 33-1 II de la loi du 30 septembre 1986 modifiée, ne sont soumis qu'à déclaration préalable les services de télévision qui sont distribués par un réseau n'utilisant pas de fréquences assignées par le CSA et dont le budget annuel est inférieur à 150 000 €.
(5) Ces chaînes sont néanmoins dans le champ de compétence du Conseil.
(6) Les déclinaisons d'une même chaîne sont comptabilisées dans cette étude comme autant de chaînes, même si elles ont la même convention. Ainsi, par exemple, Télétoon et Télétoon+1 sont comptabilisées comme deux chaînes, alors qu'il n'y a qu'une convention pour ces deux chaînes.
(7) Les chaînes bénéficiant du régime déclaratif ne sont pas prises en compte dans cette partie.

CHAÎNES NATIONALES PAYANTES CONVENTIONNÉES ET AUTORISÉES DIFFUSÉES AU 31 DÉCEMBRE 2012 EN MÉTROPOLE, RÉPARTIES PAR THÉMATIQUE



Source : CSA.

4. LA TÉLÉVISION DE RATTRAPAGE (TVR)

La télévision de rattrapage (TVR), ou télévision à la demande, correspond à l'ensemble des services permettant de voir ou revoir des programmes après leur diffusion sur une chaîne de télévision, pendant une période déterminée, gratuitement ou sans supplément dans le cadre d'un abonnement. En 2012, le déploiement des services de télévision de rattrapage se poursuit. Différents terminaux accueillent les offres de TVR des chaînes : l'ordinateur, le téléviseur et les écrans mobiles (téléphone, baladeur multimédia, tablette).

Sur l'ordinateur, l'accès aux programmes s'effectue par les sites internet des chaînes ou par les plates-formes de partage (exemple : Arte+7 sur Dailymotion et YouTube). Sur le téléviseur, les offres sont disponibles par l'intermédiaire des distributeurs de service de télévision (par câble, satellite ou ADSL/fibre) et par les portails de télévision connectée. Sur les appareils mobiles, les programmes sont disponibles via des applications dédiées créées par les chaînes. Toutes les chaînes nationales historiques ont adopté une stratégie de couverture multi-écrans afin de toucher tous les publics, en leur permettant de visionner les programmes à la demande sur les différents supports disponibles.

Le baromètre de la télévision de rattrapage du CNC rassemble des données sur l'offre, la consommation et le public de la télévision de rattrapage. L'étude de l'offre est réalisée par TV-replay.fr, qui propose un guide de la télévision de rattrapage sur internet. L'analyse de la consommation est produite par NPA Conseil et GfK associées aux régies publicitaires Canal+ Régie, France Télévisions Publicité, M6 Publicité Digital et TF1 Publicité Digital à partir des données de Médiamétrie eStat streaming, Comscore Digital Analytix, Omniture, Flurry Analytics et des données en provenance des opérateurs. Le baromètre est constitué par les résultats concernant les chaînes suivantes : Canal+, i>Télé ; Outre-mer 1ère, France 2, France 3, France 4, France 5, France Ô ; M6, W9, Paris Première, Té va ; TF1, LCI. Enfin, le public et ses usages sont appréhendés via une enquête en ligne mensuelle réalisée par Harris Interactive.

L'OFFRE

L'ensemble des chaînes nationales gratuites disposent d'un site internet mettant à disposition du public leurs programmes en télévision de rattrapage. L'accès à ces sites est entièrement gratuit. Certains sites, en particulier ceux des chaînes nationales historiques (privées et publiques), valorisent ce service en intégrant notamment des films publicitaires avant la diffusion des programmes et parfois en cours de diffusion.

Les plates-formes de TVR accessibles directement sur le téléviseur sont devenues pour les fournisseurs d'accès à internet, en raison de la plus-value qu'elles apportent en termes de service, un argument de vente des forfaits multiservices combinant l'accès à internet, la télévision et le téléphone.

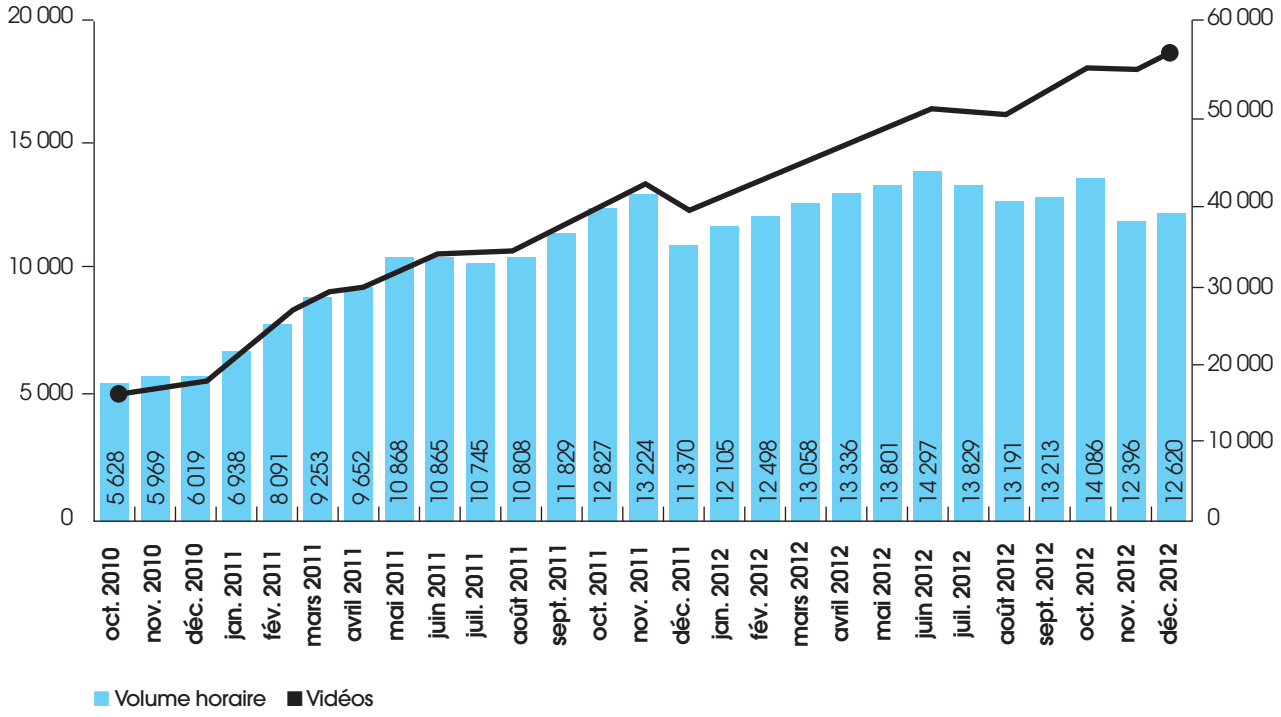
Les offres de télévision de rattrapage sont hétérogènes selon les opérateurs, en fonction des accords passés avec les chaînes et combinent des programmes accessibles à tous (MYTF1, M6 replay, Arte+7, etc) et d'autres réservés aux abonnés à des chaînes en option (Canal+ à la demande, Encyclo, Eurosport, etc.). Free propose l'offre de télévision de rattrapage la plus large de tous les services de télévision inclus dans les abonnements des opérateurs de télécommunications. Seuls trois services sont disponibles auprès de tous les opérateurs : M6 replay, Canal+ à la demande et Disney Channel. Toutefois, l'accès par les réseaux ADSL/fibre des opérateurs de télécommunications ne constitue pas le principal mode d'accès à la télévision. En 2011, les services de télévision de rattrapage se déploient également sur les portails des télévisions connectées. M6 replay est par exemple disponible sur les téléviseurs connectés de Sony et Gulli replay en exclusivité sur ceux de Samsung. MYTF1 VoD, M6 replay, Canal+ à la demande, Gulli replay sont également disponibles sur la Xbox 360.

La possibilité d'accéder aux chaînes de télévision sur un téléphone mobile existe depuis plusieurs années. L'accroissement de l'équipement en ordiphone, leur ergonomie, le développement des forfaits « illimités » tout inclus, la création d'applications et la possibilité de visionner la télévision en mode wifi tendent aujourd'hui à élargir le public de la télévision sur mobile. Le développement des réseaux mobiles dits de quatrième génération (4G ou LTE) devrait accélérer son essor grâce à l'accroissement des débits de connexion par rapport à ceux existant aujourd'hui. L'ensemble des chaînes nationales historiques disposent d'une application mobile (a minima sur iPhone) qui propose notamment d'accéder à des programmes en rattrapage après leur diffusion à l'antenne.

Selon le baromètre de la télévision de rattrapage du CNC, l'offre des chaînes nationales gratuites disponible en TVR sur internet est constituée de près de 12 600 heures de programmes en décembre 2012, soit 56 684 vidéos. L'analyse de l'offre intègre quatre nouvelles chaînes depuis le mois de décembre : HD1, 6ter, RMC Découverte et Chérie 25. Les chaînes nationales historiques proposent la moitié de l'offre totale (52,5 %). Parmi les chaînes historiques, TF1 présente l'offre la plus large devant France 2 et France 3. Les journaux d'information et les émissions de flux composent 86,5 % du volume horaire total. L'animation, le documentaire, la fiction et le cinéma constituent 13,7 % de l'offre de TVR en décembre.

Les principales offres sont proposées par France Ô, TF1 et M6 pour la fiction (plus de 100 heures chacune), par Gulli, France 5 et TF1 pour l'animation et par Arte, France 5 et France 3 pour le documentaire. En décembre 2012, l'offre de fiction est principalement américaine (37,2 %), devant la fiction française (36,4 %). 33,2 % de l'offre de TVR est disponible entre 0 et 7 jours (4 200 heures). La part des programmes disponibles entre 0 et 7 jours s'élève à 93,8 % pour les programmes de stock, contre 23,6 % pour les programmes de flux. 63,1 % des programmes sont consultables plus de 30 jours (8 000 heures). La durée de disponibilité est très variable selon le genre de programme.

OFFRE DE TÉLÉVISION DE RATTRAPAGE SUR INTERNET (en heures et nb de vidéos)



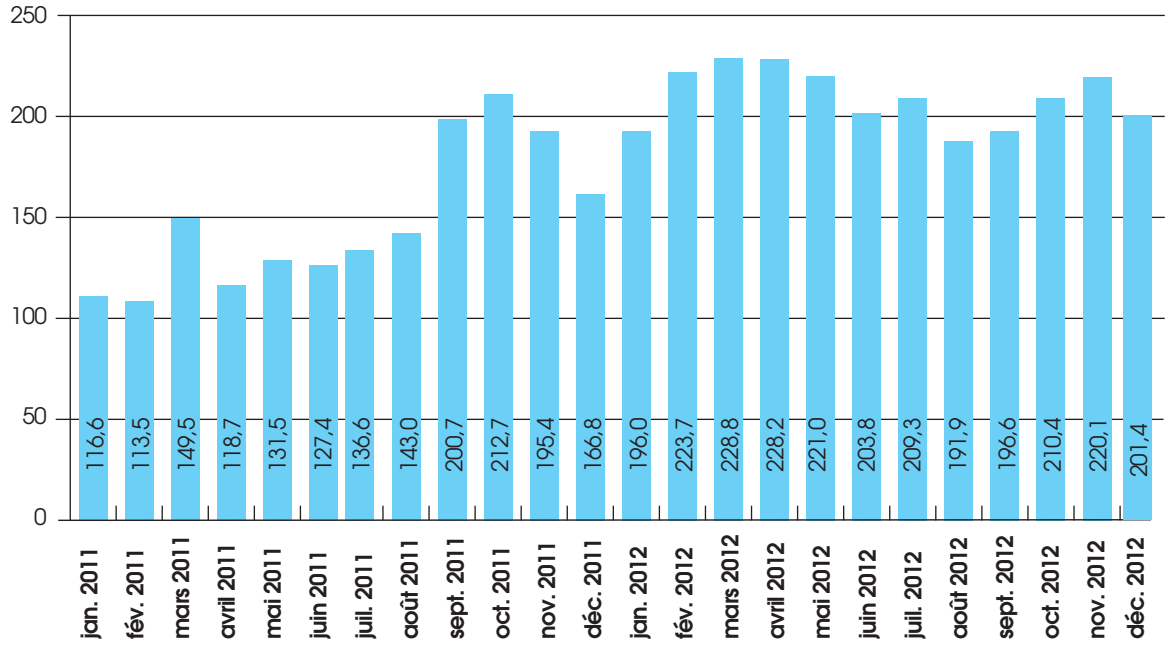
Source : TV-replay.fr.

LA CONSOMMATION

En décembre 2012, 201,4 millions de vidéos sont visionnées en télévision de rattrapage sur les services des 18 chaînes du panel, composé notamment des six chaînes nationales historiques (TF1, France 2, France 3, Canal+, France 5, M6) et de huit chaînes gratuites de la TNT (D8, W9, TMC, NT1, France 4, i>télé, D17, France Ô). 2,5 milliards de vidéos ont été regardées en TVR en 2012. La consommation de télévision en ligne, qui inclut la télévision de rattrapage ainsi que les bonus et la consommation des chaînes en direct sur les autres supports que la télévision, totalise 235,4 millions de vidéos vues en décembre et 3,0 milliards de vidéos visionnées sur l'ensemble de l'année. En 2012, le volume de vidéos vues poursuit sa croissance sur l'écran de télévision (862 millions) et sur les mobiles et tablettes (399 millions). En décembre, l'ordinateur demeure toutefois le principal support de consommation de télévision en ligne (49,2 % des vidéos vues), devant le téléviseur (34,9 %) et les terminaux mobiles (15,9 %). La consommation sur les téléphones mobiles et tablettes a presque triplé en un an tandis que la part de la consommation sur ordinateur est en baisse en 2012, passant de 63,5 % en janvier à 49,2 % en novembre.

Le divertissement et la fiction sont les principaux genres de programmes consommés. La fiction constitue 31,8 % des vidéos vues en 2012. La fiction française s'est imposée parmi les meilleures audiences de télévision de rattrapage. En décembre, elle apparaît dans le top 5 des programmes les plus consultés sur les services du groupe France Télévisions (*Plus belle la vie*) et du groupe M6 (*Soda*). En 2012, les programmes jeunesse (animation et autres programmes), le cinéma et le documentaire représentent respectivement 4,2 %, 2,5 % et 1,7 % de la consommation de télévision en ligne.

CONSOMMATION DE TÉLÉVISION DE RATTRAPAGE
(en millions de vidéos vues)



Source : NPA Conseil - GfK - Canal+ Régie - France Télévisions Publicité - M6 Publicité Digital - TF1 Publicité Digital.

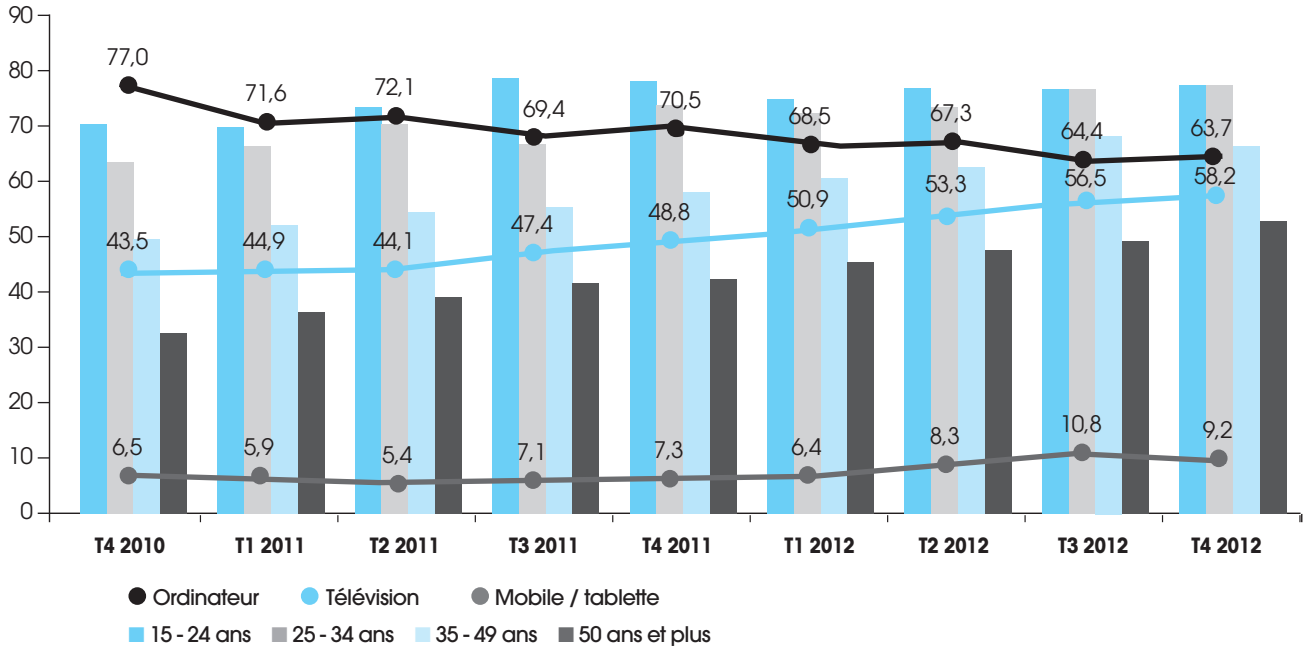
LE PUBLIC

La consommation de programmes en télévision de rattrapage est une activité répandue parmi les internautes. 68,7 % des internautes âgés de 15 ans et plus interrogés en décembre 2012 déclarent avoir regardé des programmes en TVR au cours des 12 derniers mois. La pénétration de la télévision de rattrapage est en croissance : elle s'établit à 69,8 % au quatrième trimestre 2012, contre 64,2 % au premier trimestre. En décembre 2012, 42,9 % des consommateurs de TVR déclarent regarder des programmes au moins une fois par semaine.

Pour la majorité des utilisateurs, la TVR n'est pas une pratique quotidienne ; 8,7 % des utilisateurs regardent des programmes en TVR tous les jours. Les 15-24 ans représentent 26,2 % du public, tandis que les 50 ans et plus composent 17,6 % des usagers (+1,7 point en un an). En décembre 2012, 61,2 % des utilisateurs regardent des programmes en TVR

sur l'ordinateur, 59,7 % sur le téléviseur et 10,5 % sur un appareil mobile (téléphone, tablette, baladeur multimédia). L'usage de la télévision de rattrapage présente une courbe temporelle proche de la courbe d'audience de la télévision. L'audience maximale de la TVR se situe entre 20 heures et 22 heures : 50,2 % des utilisateurs interrogés déclarent avoir regardé des programmes sur cette tranche horaire en décembre. La tranche 22 heures - minuit arrive en deuxième position (30,9 %) devant la tranche 18 heures - 20 heures (24,1 %).

PÉNÉTRATION DE LA TVR SELON LE SUPPORT ET L'ÂGE (en %)



Internautes utilisateurs durant les 30 derniers jours (15 ans et plus)
Source : CNC – Harris Interactive.

LES MODES DE RÉCEPTION DE LA TÉLÉVISION EN FRANCE

1. LE MARCHÉ DES RÉCEPTEURS

Le passage au tout numérique, achevé en novembre 2011, a eu peu d'impact sur la pénétration de la télévision chez les foyers métropolitains :

- 98,2 % [1] des foyers possèdent au moins un poste de télévision à fin 2011 ;
- le parc de téléviseurs en métropole a légèrement diminué en un an (-1,7 %) et est estimé à 47,1 millions d'unités au 30 décembre 2011 ;
- 51,5 % des foyers équipés possèdent au moins deux téléviseurs.

L'année 2011 a enregistré un nouveau record de vente de téléviseurs (8,7 millions d'unités). Toutefois, 2012 devrait mettre un terme à la croissance, ininterrompue depuis 2006, du nombre de téléviseurs vendus : le nombre de téléviseurs vendus devrait se fixer aux alentours de 7 millions d'unités selon l'institut GfK, c'est-à-dire à un niveau intermédiaire entre le niveau de ventes de 2008 et celui de 2009. Le chiffre d'affaires du marché de l'électronique grand public, qui comprend notamment les téléviseurs, cumulé sur les neuf premiers mois de l'année 2012, a reculé de 20 % par rapport aux neuf premiers mois de l'année 2011.

PARC DES TERMINAUX PERMETTANT DE RECEVOIR LA TÉLÉVISION

TERMINAL DE RÉCEPTION	PARC EN FRANCE
Postes de télévision	47,1 millions*
Parc actif multimédia mobile	31,7 millions**

*Sources : * Observatoire de l'équipement des foyers pour la réception de la télévision numérique, 2ème semestre 2011, ** ARCEP, Observatoire des communications électroniques, 4ème trimestre 2011.*

Le secteur devrait être marqué par :

- le développement prévu des ventes de téléviseurs 3D selon les instituts GfK et GFU [2], qui devraient connaître une croissance de 100 % en volume en 2012 sur un ensemble de 10 pays européens ;
- la très forte croissance des ventes de tablettes tactiles destinées au grand public qui permettent de visionner des programmes de télévision sur un écran de taille intermédiaire (diffusion linéaire ou télévision de rattrapage). L'institut GfK a prévu que les ventes de tablettes augmentent de 140 % entre 2011 et 2012. Selon Médiamétrie, un peu plus d'un foyer sur dix possède une tablette ;
- la prévision d'une forte croissance des ventes de téléviseurs connectables. Près d'un million de téléviseurs connectables ont été vendus sur les huit premiers mois de 2012. Sur l'année, les téléviseurs connectables pourraient représenter environ 28 % des ventes, ce qui indiquerait une croissance en volume d'environ 30 % en un an.

2. LES MODES DE RÉCEPTION

Au second semestre 2011, 99,3 % des foyers équipés d'au moins un téléviseur accèdent à la télévision numérique (par le biais de la Télévision Numérique Terrestre (TNT), du satellite ou du câble en mode numérique, de l'ADSL et de la fibre optique) sur au moins un de leurs postes, soit une progression de 7,7 points en un an. À l'échelle métropolitaine, 88,9 % des foyers la reçoivent sur tous leurs postes, soit une progression de 19,9 points en un an. Plus de huit postes secondaires sur dix (82 %) et presque tous les postes principaux (98,3 %) disposent d'une réception numérique.

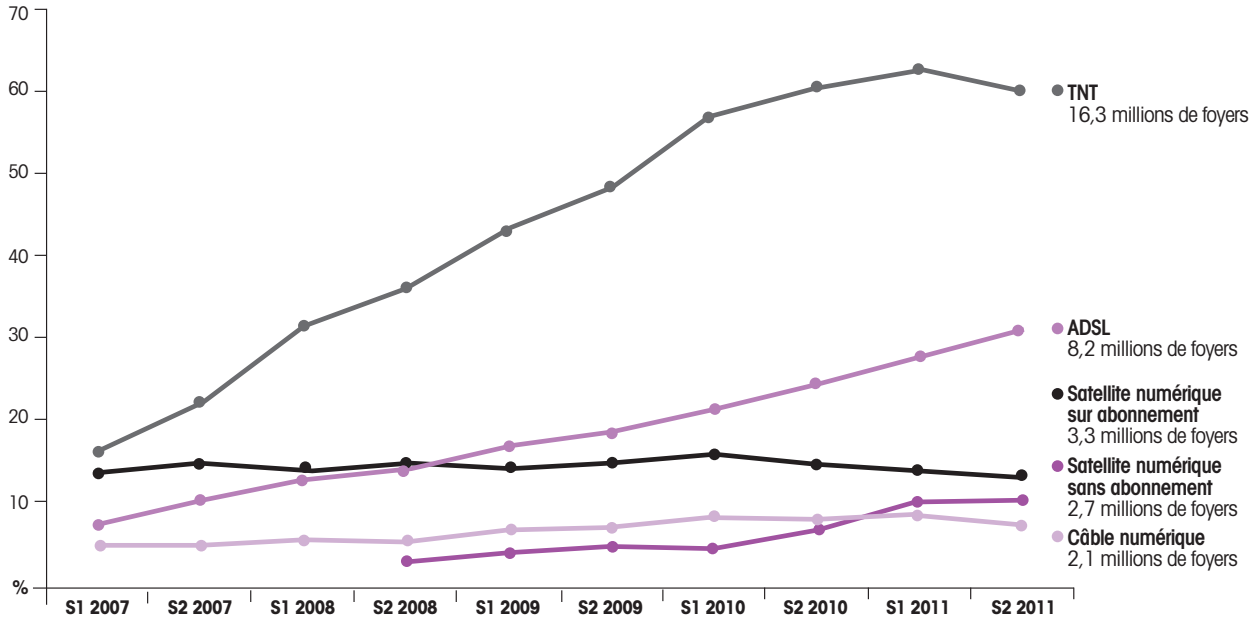
LA RÉCEPTION MODE PAR MODE

Mode terrestre

En un an, l'équipement en TNT progresse de 0,8 point : à la fin du second semestre 2011, 16,3 millions de foyers (sur les 26,8 millions de foyers équipés de téléviseurs) reçoivent la télévision numérique par voie terrestre. La TNT touche plus de foyers que les autres modes de réception numériques réunis.

[1] Source : enquête Référence des Équipements Multimédias, 4ème trimestre 2011, GfK-Médiamétrie.
[2] GFU : Gesellschaft für Unterhaltungs und Kommunikationselektronik : organisation professionnelle allemande regroupant treize sociétés du secteur de l'électronique grand public.

PÉNÉTRATION DES MODES NUMÉRIQUES DE RÉCEPTION EN FRANCE MÉTROPOLITAINE (en % des foyers TV)

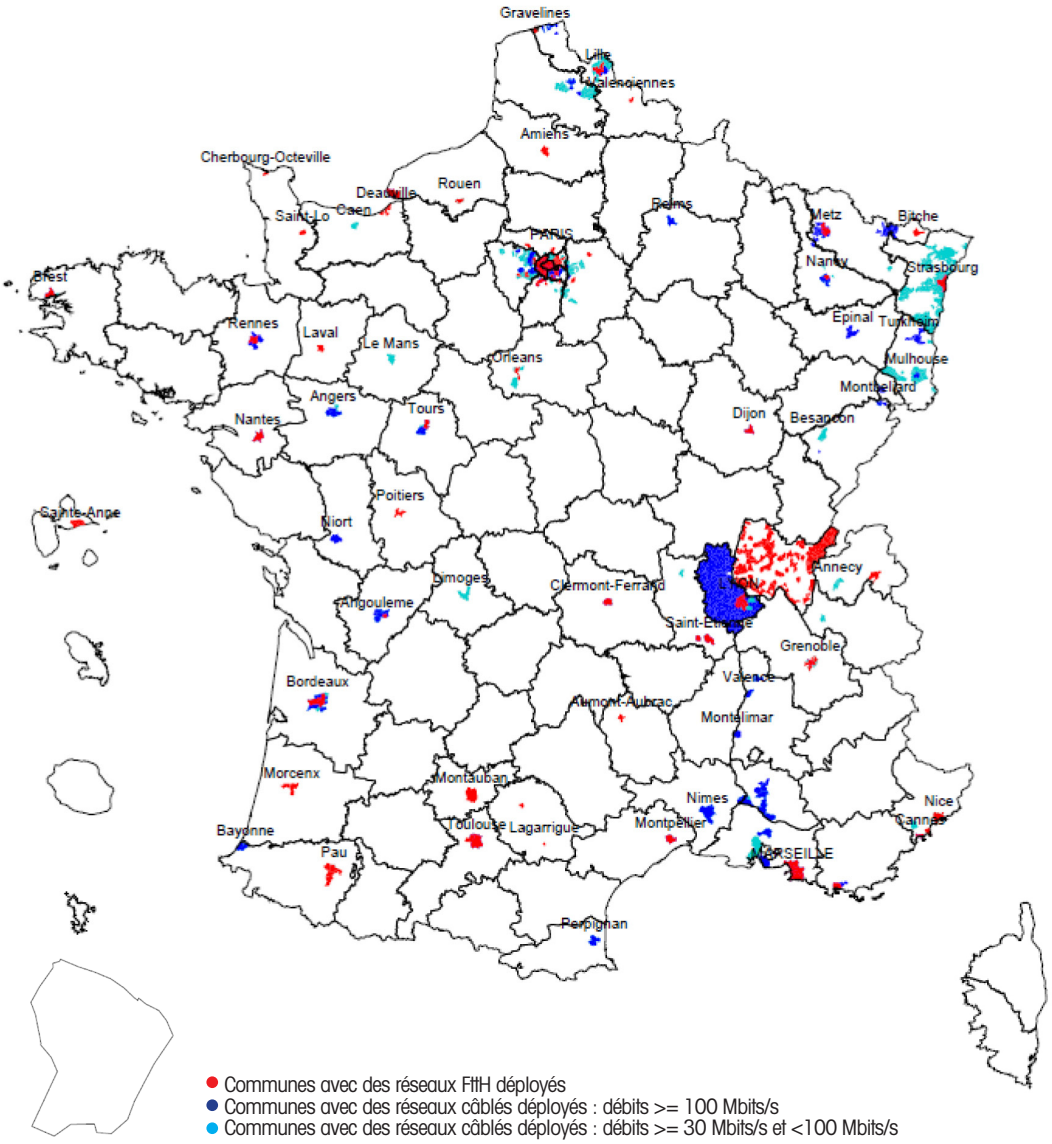


Source : Observatoire de l'équipement des foyers pour la réception de la télévision numérique, 2ème semestre 2011.

ADSL et fibre optique

30,8 % des foyers reçoivent la télévision par l'ADSL ou la fibre optique : ce mode de réception progresse de 6,9 points en un an. Au 30 septembre 2012, on compte 1,49 million d'abonnements très haut débit en France dont 270 000 par le biais de la technologie FttH (Fibre to the Home, fibre jusqu'à l'abonné). Toutefois, ce déploiement demeure concentré sur une faible partie du territoire.

DÉPLOIEMENT DES RÉSEAUX À TRÈS HAUT DÉBIT



Source : ARCEP.

A cette date, environ 2 millions de logements sont éligibles à une offre FttH, 4,7 millions à une offre très haut débit par câble avec débit descendant supérieur à 100 Mbit/s et 3,7 millions à une offre par câble dont le débit est compris entre 30 et 100 Mbit/s.

Réception satellitaire

Un peu moins d'un quart des foyers TV dispose d'une réception par satellite [3]. Toutefois, la répartition de ces foyers entre réception gratuite et réception sur abonnement s'est stabilisée au second semestre 2011 après avoir observé une forte croissance de la réception gratuite au détriment de la réception sur abonnement entre le premier semestre 2010 et le premier semestre de 2011. Le satellite numérique par abonnement est choisi par environ 3,3 millions de foyers. Près de 2,7 millions de foyers reçoivent la télévision par satellite sans abonnement, sans recevoir de bouquet payant par satellite en mode numérique sur un autre poste.

[3] *Au 30 décembre 2011, 1,9 % des foyers équipés d'au moins un téléviseur disposaient d'une réception par satellite sans pouvoir en préciser le mode analogique ou numérique.*

Autres modes de réception

Au 30 décembre 2011, 8 % des foyers équipés d'au moins un poste de télévision déclarent recevoir la télévision par le biais du câble numérique. En 2012, 21 % de la population regardent la télévision sur ordinateur par le biais d'internet [4] au moins une fois au cours des douze derniers mois.

3. LE PROFIL DES FOYERS SELON LE MODE DE RÉCEPTION

L'analyse sociodémographique permet de dresser le profil des foyers en fonction des modes de réception de la télévision. Les deux tableaux ci-dessous indiquent la proportion d'une catégorie de foyers parmi tous les foyers qui disposent d'un mode de réception. Par exemple, sur 100 foyers qui reçoivent la télévision par le biais de la TNT au second semestre 2011, un peu plus d'un sur trois (36,8 %) appartient à la catégorie des retraités.

PROFIL DES FOYERS EN FONCTION DE LEURS MODES DE RÉCEPTION, DE L'ÂGE ET DE LA CATÉGORIE SOCIOPROFESSIONNELLE AU SECOND SEMESTRE 2011 (en %)

	CÂBLE NUMÉRIQUE	SATELLITE NUMÉRIQUE GRATUIT	SATELLITE NUMÉRIQUE SUR ABONNEMENT	ADSL	TNT
Inactifs	8,9	6,2	5,2	5,5	9,0
Etudiants	1,8	0,7	0,2	2,2	0,9
Retraités	28,2	32,0	36,2	16,3	36,8
CSP-	32,4	32,1	27,4	32,3	28,5
CSP+	28,8	29,0	31,0	43,7	24,7
75 ans et plus	11,3	9,6	9,6	2,7	14,4
65-74 ans	17,7	17,0	20,4	9,6	19,1
50-64 ans	29,9	30,8	31,5	25,0	27,5
35-49 ans	26,7	31,4	29,8	33,8	24,5
25-34 ans	10,8	9,6	7,4	23,8	11,5
15-24 ans	3,6	1,6	1,3	5,1	3,1

Source : Observatoire de l'équipement des foyers pour la réception de la télévision numérique, 2nd semestre 2011.

PROFIL DES FOYERS EN FONCTION DE LEURS MODES DE RÉCEPTION, DE LA TAILLE DE LA COMMUNE DE RÉSIDENCE ET DE LA TAILLE DU FOYER AU SECOND SEMESTRE 2011 (en %)

	CÂBLE NUMÉRIQUE	SATELLITE NUMÉRIQUE GRATUIT	SATELLITE NUMÉRIQUE SUR ABONNEMENT	ADSL	TNT
Foyers de 5 personnes et plus	7,8	10,9	10,4	7,9	4,8
Foyers de 4 personnes	12,6	18,5	18,7	16,3	11,5
Foyers de 3 personnes	14,6	16,4	17,5	17,4	13,4
Foyers de 2 personnes	33,6	34,7	37,1	30,1	34,2
Foyer d'une personne	31,4	19,6	16,3	28,3	36,1
Agglomération de Paris	27,3	8,8	7,3	23,2	13,7
+ de 200 000 habitants	37,2	13,0	12,6	28,5	20,5
De 100 000 à 200 000 habitants	7,3	3,9	3,8	6,0	5,5
De 50 000 à 100 000 habitants	6,0	6,4	6,6	6,7	7,6
De 20 000 à 50 000 habitants	3,5	5,5	5,9	6,2	6,7
De 10 000 à 20 000 habitants	3,5	5,9	5,8	5,5	5,6
De 5 000 à 10 000 habitants	2,6	5,8	7,4	5,5	5,9
Moins de 5 000 habitants	3,3	7,0	8,7	5,9	6,7
Communes rurales	9,3	44,2	42,0	12,4	27,9

Source : Observatoire de l'équipement des foyers pour la réception de la télévision numérique, 2nd semestre 2011.

[4] *La diffusion des technologies de l'information dans la société française, CREDOC, 2012.*

Il ressort de cette analyse sociodémographique que :

- les foyers qui reçoivent la télévision par la TNT sont à l'image des foyers équipés d'au moins un téléviseur. Les foyers dont le chef est âgé d'au moins 75 ans sont légèrement surreprésentés (le chef du foyer est dans cette tranche d'âge chez 14,4 % des foyers qui reçoivent la télévision par le biais de la TNT) et les étudiants sous-représentés ;
- la réception par ADSL est plus présente chez les foyers de 4 personnes ou plus, dans les villes de plus de 200 000 habitants, y compris l'agglomération parisienne, chez les catégories socioprofessionnelles supérieures et chez les foyers dont le chef a moins de 50 ans. À l'inverse, les retraités, les autres inactifs, les foyers vivant dans les communes rurales et ceux dont le chef a au moins 65 ans sont sous-représentés dans l'ensemble des foyers qui reçoivent la télévision par ADSL ;
- la réception par satellite en mode numérique, avec ou sans abonnement, est plus développée dans les communes rurales et chez les foyers comptant au moins 4 personnes ;
- les foyers qui vivent dans les communes de plus de 100 000 habitants, y compris l'agglomération parisienne et ceux qui comptent au moins 5 personnes, sont surreprésentés parmi les foyers qui reçoivent la télévision par câble en mode numérique.

4. NOMBRE DE FOYERS ABONNÉS À UNE OFFRE MULTICHAÎNES PAYANTE

Le Conseil supérieur de l'audiovisuel estime que le nombre de foyers de France métropolitaine qui accèdent à une offre de télévision payante comprenant plusieurs chaînes atteint, à la fin 2011, 14,7 millions, soit 54,8 % des foyers équipés d'au moins un téléviseur.

Leur répartition s'effectue de la manière suivante :

- 8,2 millions de foyers reçoivent la télévision par ADSL (avec une offre télévisuelle éventuellement limitée aux services inclus dans une offre multiservices de base) ;
- 3,3 millions de foyers sont abonnés à une offre de télévision par satellite ;
- 2 millions de foyers sont abonnés au câble, hors service antenne. Ce chiffre comprend pour partie des abonnés à une offre de service antenne élargie ;
- 1,2 million de foyers sont abonnés à l'offre payante de la TNT (y compris Canal+).

RÉPARTITION PAR SUPPORT DES ABONNÉS À UNE OFFRE PAYANTE AU 31 DÉCEMBRE 2011

SUPPORT	NB D'ABONNÉS (en millions)	EN %
Câble offre élargie	2,0	13 %
Satellite	3,3	23 %
ADSL	8,2	56 %
TNT payante	1,2	8 %
NOMBRE TOTAL D'ABONNÉS À UNE OFFRE PAYANTE DE TÉLÉVISION	**14,7**	**100 %**

Sources : Observatoire de l'équipement des foyers pour la réception de la télévision numérique et estimations CSA à partir des déclarations des éditeurs. Ce tableau contient des arrondis.

LA DISTRIBUTION DES CHAÎNES NUMÉRIQUES

1. LES OFFRES DISPONIBLES EN MODE HERTZIEN TERRESTRE NUMÉRIQUE [1]

L'offre de chaînes en mode hertzien terrestre numérique est composée de 24 chaînes gratuites et de 8 chaînes payantes.

L'année 2012 a été marquée par plusieurs événements qui ont contribué à modifier le paysage des chaînes gratuites : le renforcement du groupe Canal+ dans le gratuit avec la prise de contrôle des chaînes D8 et D17 le 7 octobre 2012, et le lancement de 6 nouvelles chaînes en haute définition sur la TNT, portées par les multiplex R7 et R8, et qui ont commencé à émettre le 12 décembre [2].

Du côté du payant, deux chaînes de la TNT, TPS Star et CFoot, ont cessé d'émettre respectivement le 5 mai et le 31 mai 2012. Le groupe TV Numeric, dont l'offre a souffert de l'arrêt de ces deux chaînes, a fait l'objet d'une liquidation judiciaire en décembre 2012.

Depuis décembre 2011, le groupe TF1 et l'enseigne de distribution de produits électroniques Boulanger se sont associés pour créer une nouvelle offre payante sur la TNT, Lib'Télé, restreinte au bouquet thématique hors Planète+ : Eurosport et LCI à 9,90 € pour 3 mois et 19,90 € pour 6 mois ou Eurosport, LCI, TF6 et Paris Première à 19,90 € pour 3 mois et 39,90 € pour 6 mois. L'offre est proposée sous forme de forfait rechargeable et au moyen d'une carte enfichable dans les téléviseurs et coûtant 29,90 €.

Par ailleurs, le groupe E. Leclerc, en partenariat avec TF1 Distribution, prévoit de lancer en 2013 l'offre REGLO TV permettant l'accès à 4 chaînes (Eurosport et LCI pour 3,95 €/mois ou à Eurosport, LCI, Paris Première et TF6 pour 7,95 €/mois). A l'instar de l'offre Lib'Télé, cette dernière est proposée sous forme de forfait rechargeable et au moyen d'une carte enfichable dans les téléviseurs et coûtant 29,90 €.

L'offre de Canal+ reste inchangée : le distributeur propose un abonnement multi-supports de l'intégralité de ses cinq chaînes, trois étant accessibles par la TNT (Canal+,Canal+ Sport et Canal+ Cinéma) et les deux autres (Canal+ Family et Canal+ Décalé) par internet. Cet abonnement, vendu 39,90 €/mois, peut être complété par les cinq chaînes du mini-pack, c'est-à-dire Eurosport, Planète+, LCI, Paris Première et TF6 (12,90 €/mois).

PRÉSENTATION DES OFFRES ET DES DISTRIBUTEURS DE LA TNT PAYANTE AU 1ER JANVIER 2013

OFFRES	CHAÎNES PROPOSÉES
Canal+ et CanalSat	Canal+, Canal+ HD (*), Canal+ Cinéma Canal+ Sport, Canal+ Family (**) Canal+ Décalé (**) **Mini Pack :** Eurosport, Planète+, TF6, LCI Paris Première
Boulanger et TF1 Lib'Télé	LCI, Eurosport, TF6, Paris Première

** Plages en clair uniquement disponibles en SD.*
*** Uniquement disponibles sur internet.*
Sources : CSA / Opérateurs.

2. LES OFFRES DISPONIBLES SUR LE SATELLITE

LES OFFRES GRATUITES

Au terme du processus de déploiement de la TNT, 97,3 % des Français sont couverts par le réseau terrestre. Afin de permettre une couverture plus complète du territoire, l'article 98-1 de la loi du 5 mars 2007 prévoit le lancement d'une offre satellitaire gratuite ayant une couverture au moins équivalente à celle des services analogiques en clair.

Deux offres permettent de recevoir la télévision gratuite par satellite : l'offre « TNT Sat », lancée par Canal+ en 2007 et l'offre « FRANSAT », contrôlée par Eutelsat.

---

(1) Les informations sur les offres (structure des offres, nombre de chaînes, tarification…) contenues dans ce chapitre proviennent des sites internet des opérateurs au 1er janvier 2013.
(2) HD1 (Groupe TF1), L'Équipe 21 (L'Équipe 24/24 Groupe des Éditions Amaury), 6ter (Groupe M6), Numéro 23 (Diversité TV France), RMC Découverte (Nextradio TV) et Chérie 25 (NRJ Group).

« **TNT Sat** » propose 22 chaînes gratuites de la TNT, les plages en clair de Canal+ et 12 chaînes et services supplémentaires dont notamment France 24, Montagne TV, TV5 Europe, TV5 Monde, BFM Business, M6 Boutique & Co. Cette offre est accessible aux personnes disposant d'une parabole et d'un adaptateur spécifique à l'offre « TNT Sat ».

La société **FRANSAT** propose depuis juin 2009 une offre réunissant l'ensemble des services gratuits de la TNT. Elle est complétée par 12 chaînes thématiques et locales dont TV5 Monde, KTO, TV8 Montblanc et BeIN SPORT (programmes en clair [3]). Cette offre est reçue sans abonnement, sous réserve de posséder une parabole orientée sur le satellite Atlantic BirdTM3, un décodeur labellisé Fransat et une carte à puce.

LES OFFRES PAYANTES

La chaîne Canal+ et ses quatre déclinaisons, Canal+ Cinéma, Canal+ Sport, Canal+ Family et Canal+ Décalé, sont proposées ensemble à l'abonnement sur le satellite pour 39,90 €/mois (hors location du décodeur « le Cube » avec disque dur, loué 6 €/mois). Cet abonnement comprend l'accès au service de télévision de rattrapage « Canal+ à la demande » ainsi que la possibilité pour l'abonné de visionner les chaînes de Canal+ sur une large palette d'écrans (2ème poste de télévision, Xbox, PC ou Mac, tablette ou « smartphone »).

CanalSat propose la quasi-totalité des chaînes thématiques françaises et l'essentiel des grandes chaînes européennes. De nombreuses chaînes sont distribuées en exclusivité.

En novembre 2012, l'offre de CanalSat s'est réorganisée autour de deux formules d'abonnement.

Au premier niveau, pour 24,90 €/mois, il est possible de choisir entre un « Pack Panorama », soit une offre de 80 chaînes thématiques (dont musique, divertissement, jeunesse, sport), ou un « Pack Séries Cinéma », qui comprend 18 chaînes cinéma et un service de VàD intégré, le « Pass Série », qui permet de visionner une dizaine de séries produites aux Etats-Unis ainsi que des intégrales de séries. L'offre comprenant les deux packs est proposée à 39,90 €/mois.

Il est également possible de s'abonner au « Pack CanalSat Mini Cinéma » pour 20 €/mois, qui comprend les sept chaînes cinéma Ciné+ ainsi que CinéFX, CinéPolar, Action et TCM.

Plusieurs chaînes ou packs organisés sont proposés sous forme d'option pour des prix allant de 4 € à 15 €/mois, notamment autour des thématiques cinéma (les 5 chaînes d'Orange Cinéma Séries pour 12 €/mois), sport (Rugby+ : 4 €/mois ; Foot+ : 8 €/mois ; Golf+ : 8 €/mois ; beIN SPORT 1 et 2 : 11 €/mois), documentaire (Animaux, Escales et Encyclo pour 4 €/mois ; Seasons : 6,30 €/mois), jeunesse (deux chaînes Disney : 8 €/mois) ou musique (Melody : 4,50 €/mois ; Djazz : 4 €/mois ; Djazz et Mezzo : 4,50 €/mois) ; Option Adrenaline avec Extreme Sports Channel, Blackbelt TV et AB Moteur : 4 €/mois).

Une nouvelle option « CanalSat Crescendo » à 15 €/mois propose des chaînes de musique, sport, découverte et trois chaînes adultes (ou sans pour 12 €/mois). L'opérateur propose également « CanalSat+18 », organisé autour des chaînes adultes (XXL, PinkX, Dorcel TV...) et vend un Pass VàD XXL-Dorcel à 20 €/mois.

L'offre « Tout CanalSat » devient « Grand CanalSat » à 58,90 €/mois (64,90 €/mois avec les chaînes adultes) et propose les options « CanalSat Panorama », « CanalSat Séries Cinéma » (à l'exception de Foot+, beIN SPORT et du Pass Dorcel VOD).

Enfin, les abonnés à un opérateur ADSL peuvent acquérir une carte prépayée CanalSat qui, pour 10 €, donne accès à tout CanalSat pendant une semaine.

L'offre « Grand CanalSat » couplée à l'offre des cinq « chaînes Canal+ » est proposée à 79,80 €/mois.

Le bouquet satellite **BIS Télévisions**, lancé en décembre 2007 par le groupe AB, propose des offres à 4,90 €/mois dans sa formule de base, sans location du décodeur.

Les chaînes disponibles sur l'offre de base sont les chaînes de la TNT, les chaînes éditées par le groupe AB, quelques chaînes indépendantes et des chaînes internationales, soit 34 chaînes en tout [4]. Deux offres en option sont également proposées pour 4,90 €/mois chacune : un bouquet de trois chaînes cinéma et un bouquet de deux chaînes pour adultes. Une offre sport proposant les chaînes beIN SPORT pour 10,90 €/mois a été ajoutée en 2012.

Le décodeur **FRANSAT** permet de recevoir l'offre Bis Télévisions pour 4,90 €/mois, ainsi que l'offre beIN SPORT 1 et 2 pour 11 €/mois (sans engagement).

Orange a décidé de lancer en juillet 2008 une offre de télévision par satellite, qui complète son offre ADSL. En effet, une partie des clients haut débit d'Orange, situés en zones non éligibles à la télévision par ADSL, n'avaient pas accès à son offre multiservices. Le lancement de cette offre satellitaire permet donc à ces abonnés d'avoir accès à l'offre télévisuelle d'Orange, soit une cinquantaine de chaînes thématiques. 5 chaînes à l'unité et 10 bouquets optionnels complètent l'offre Orange pour un prix allant de 6 € à 14 €/mois.

SFR propose une offre par satellite en zone non dégroupée SFR, Neufbox TV Sat, qui donne accès à un bouquet de 80 chaînes, incluant les chaînes gratuites de la TNT, des chaînes thématiques et des chaînes en clair du satellite ASTRA. Cette offre est commercialisée à 5 €/mois et peut être complétée par un abonnement aux bouquets optionnels Canal+ et CanalSat.

---

[3] Les personnes équipées du décodeur Fransat peuvent avoir accès aux programmes cryptés de beIN SPORT 1 et 2 en s'abonnant à ces chaînes auprès des équipes commerciales de beIN SPORT.
[4] L'abonné qui reçoit BIS Télévisions sur Hot Bird peut avoir accès gratuitement à 500 chaînes étrangères présentes sur ce satellite.

3. LES OFFRES DISPONIBLES SUR LE CÂBLE[5]

Depuis août 2007, **Numericable** est devenu l'opérateur unique rassemblant les anciens réseaux France Télécom Câble, NC Numericable, UPC, Noos et Est Vidéo Communication, achevant ainsi la concentration du secteur commencée dans les années 2000.

Actuellement, l'offre comprend une palette très large de chaînes et, comme CanalSat, Numericable assemble et organise lui-même ses offres commerciales. En effet, les exclusivités contractuelles au bénéfice de CanalSat signées par de nombreuses chaînes françaises ne couvrant pas le câble, contrairement aux distributeurs présents sur l'ADSL, Numericable a contracté directement avec l'ensemble des chaînes thématiques. Elle ne propose donc pas d'abonnement à CanalSat. En revanche, un abonnement aux chaînes Canal+ est vendu par l'opérateur [6].

Numericable propose différents types d'abonnement, dont des offres multiservices couplant télévision, internet et téléphonie (fixe et mobile).

Les offres télévisuelles câble sont les suivantes [7] :
- « TV Start » à 24,90 €/mois (120 chaînes dont 10 en HD) ;
- « TV Power » à 27,90 €/mois (150 chaînes dont 16 en HD) ;
- « TV Power + Family » à 29,90 €/mois (170 chaînes et services dont 16 en HD) ;
- « TV Power + Extra » à 51,90 € /mois (185 chaînes dont 12 en HD) ;
- « TV Platinium » à 72,90 €/mois (220 chaînes dont 22 chaînes HD).

Les offres couplées télévision et internet sont les suivantes :
- « iStart [7] » à 24,90 €/mois (25 chaînes de la TNT dont 10 en HD) ;
- « TV START [7] » à 34,90 €/mois (200 chaînes et services) ;
- « POWER » à 44,90 €/mois (240 chaînes et services dont 33 en HD) ;
- « POWER+ FAMILY » à 54,90 €/mois (280 chaînes et services dont 39 en HD) ;
- « POWER+ EXTRA » à 76,90 €/mois (300 chaînes et services) ;
- « TV PLATINIUM» à 97,90 €/mois (320 chaînes et services).

Elles peuvent être complétées par 6 « Pass », chacun commercialisé au prix de 10 €/mois : le « Pass Découverte » (12 chaînes), le « Pass Ciné » (14 chaînes), le « Pass Sport » (13 chaînes), le « Pass Famille » (16 chaînes), le « Pass Jeux » (4 jeux) et le « Pass Emotion » (5 chaînes). Sont par ailleurs disponibles le « Pass Emotion Adulte » (16 €/mois, 7 chaînes dont 2 adultes) et le « Jeux adultes » (13 €/mois, 4 jeux et Sensual TV inclus).

Ces offres peuvent également être enrichies par des chaînes à la carte, pour des prix variant de 1,5 €/mois à 23 €/mois, ainsi que par plusieurs « Pass » d'abonnements à la VàD.

4. LES OFFRES DISPONIBLES SUR L'ADSL ET LA FIBRE [8]

L'année 2012 a été marquée par plusieurs événements :

- les chaînes éditées par le groupe TF1 : histoire, TV Breizh, Eurosport 1, Eurosport 2, Ushuaïa TV et LCI [9] sont depuis début janvier 2012 disponibles soit dans les offres de base, soit dans les bouquets optionnels proposés par SFR, Orange et Bouygues, alors qu'elles étaient auparavant en exclusivité sur CanalSat ;
- la fin de l'exclusivité sur les réseaux d'Orange des chaînes Orange Cinéma Séries (actuellement distribuées par CanalSat et SFR) ;
- le développement de services de vidéo à la demande à l'acte et à l'abonnement ;
- le rachat de DartyBox par Bouygues Télécom ;
- la refonte des offres de l'opérateur CanalSat.

---

[5] Les tarifs des différentes offres sont ceux répertoriés au 15 janvier 2013 et n'intègrent pas les offres promotionnelles.
[6] Les abonnés aux chaînes Canal+ s'acquittent de leur abonnement directement auprès du groupe Canal+.
[7] A ces prix publics, il faut ajouter la location du décodeur (5 €).
[8] Les tarifs des différentes offres sont ceux répertoriés au 15 janvier 2013 et n'intègrent pas les offres promotionnelles.
[9] La chaîne Stylia, également éditée par le groupe TF1, est commercialisée de façon non exclusive par les différents distributeurs depuis plusieurs années.

DESCRIPTION DES OFFRES

En 2012, **SFR** a décidé, comme Free auparavant, de dissocier les services de télévision des services internet et de téléphonie fixe. La télévision devient une option TV facturée 2 €/mois avec le décodeur TV classique ou 3 €/mois avec le décodeur TV évolution (compatible avec la fibre).

L'offre triple-play en ADSL pour un bouquet de plus de 170 chaînes dont 18 en haute définition est donc proposée au tarif d'entrée de 32,90 €/mois [10] ou 35,99 € avec la fibre.

SFR propose également de nombreux bouquets (44 en tout) dont :
• « Les bouquets Star » : bouquet « Sélection » (50 chaînes pour 12,99 €/mois), bouquet « Grand Spectacle » (toutes les chaînes du bouquet « Sélection » ainsi que huit chaînes cinéma pour 19,99 €/mois), beIN SPORT (2 chaînes et 8 canaux événementiels), les chaînes OCS pour 11,99 €/mois, deux bouquets adultes organisés autour de 4 thématiques ;
• « Les bouquets musique » : VH1 (1 €/mois), Mezzo (6,90 €/mois) et Melody (4,50 €/mois) ;
• « Les bouquets du monde » organisés autour des chaînes étrangères ;
• « Les bouquets adultes ».

SFR propose par ailleurs les chaînes Canal+ et les offres de CanalSat.

Le service de VàD de SFR compte 10 000 programmes disponibles ainsi que 4 services de Pass VàD illimitée : le « Pass Cinéma » (4,99 €/mois pour 100 films), « le Pass Séries » M6 (4,99 €/mois), le « Pass Kids » (5,99 €/mois pour 350 programmes pour enfants), deux « Pass Adulte » (9,99 €/24h ou 19,99€/mois) ainsi que CanalPlay Infinity (9,99 €/mois). Les services de télévision de rattrapage de 20 chaînes sont proposés aux abonnés SFR [11].

Free propose une offre de 463 chaînes dont 203 comprises dans l'option TV, soit une offre multiservices à 31,98 €/mois. L'option TV est effectivement proposée à 1,99 €, en sus de l'abonnement internet/téléphone à 29,99 €/mois (avec la Freebox V5) ou à 35,98 €/mois (avec la Freebox V6).

Pour enrichir son offre de télévision, l'abonné peut souscrire à un grand nombre de chaînes vendues à l'unité (plus d'une cinquantaine) ainsi qu'à 40 packs dont 32 consacrés à des chaînes étrangères. A l'exception des chaînes étrangères, Free privilégie les mini-bouquets regroupant peu de chaînes, toutes d'une même thématique, et toutes éditées par le même groupe.

Les chaînes Canal+ et les offres de CanalSat sont également commercialisées par Free.

Enfin, Free propose à ses abonnés 7 services de vidéo à la demande dont MYTF1 VOD, Vodeo.tv et le PASS M6, CanalPlay ainsi qu'un service de TVR « Freebox TV Replay », qui regroupe les programmes disponibles en TVR de 33 chaînes, gratuites ou payantes [12]. C'est l'offre la plus large de TVR distribuée à ce jour sur l'écran de télévision.

Une connexion en fibre optique est proposée, sans surcoût, aux abonnés dont le logement est raccordé au réseau fibre optique Free.

Alice, racheté en 2008 par Illiad (maison mère de Free), propose, en sus de son offre de base internet et téléphone à 9,99 €/mois une option TV à 1,99 €/mois donnant accès à 60 chaînes.

L'offre de base multiservices « Alice Box Initial » est accessible à 11,98 €/mois [13].

« Alice Box Plus », à 31,98 €/mois, distribue 160 chaînes.

Deux bouquets multithématiques sont également proposés :
• le bouquet « TV Essentiel » : 24 chaînes supplémentaires (essentiellement françaises) pour 9,99 €/mois ;
• le bouquet « TV Intégral » : les chaînes du bouquet « TV Essentiel » ainsi que sept chaînes cinéma pour 19,95 €/mois.

Alice propose par ailleurs des chaînes à la carte, des bouquets de chaînes étrangères et cinq services de VàD (dont CanalPlay, M6 Vidéo, TF1 Vision et Vodéo TV). Il est également possible de souscrire aux chaînes Canal+ et CanalSat.

Orange vend deux offres multiservices qui permettent, outre l'accès à internet et à des appels téléphoniques en illimité vers des lignes fixes, l'accès à 160 chaînes [14] :
• « Livebox Zen », commercialisée 28,90 €/mois [15] ;
•« Livebox Play », commercialisée 34,90 €/mois, qui permet à l'abonné de disposer d'un enregistreur TV de 80 Go, d'un catalogue de 150 films et d'une offre mobile plus riche.

Ces deux offres sont également disponibles sur fibre optique : « Livebox Zen Fibre » est commercialisée à 33,90 €/mois et « Livebox Star Fibre » à 39,90 €/mois.

---

(10) Décodeur TV obligatoire et mis à disposition.
(11) En janvier 2013 : MYTF1, France 2, France 3, France 5, M6 Replay, Arte, W9 Replay, TMC, NT1, NRJ Replay, France 4, BFM TV, Gulli, France Ô, Paris Première, Téva, RTL 9, Disney Replay, Equidia, Game One Replay.
(12) Les offres de TVR des chaînes payantes ne sont disponibles qu'aux abonnés à ces chaînes payantes .
(13) Ce prix se décompose comme suit : 9,99 € pour internet et appels téléphoniques sur les fixes auxquels il faut ajouter 1,99 €/mois pour avoir accès à 60 chaînes de télévision. Il est possible de compléter cette offre par une « mise à disposition de la boucle locale dédiée » pour 9,99 €/mois (dégroupage).
(14) Ces chaînes sont essentiellement des chaînes étrangères.
(15) Auxquels il faut ajouter 3 €/mois de location du décodeur.

Des chaînes commercialisées à l'unité sont également proposées ainsi qu'une vingtaine de bouquets thématiques en option (dont ceux regroupant les chaînes Canal+ et CanalSat), parmi lesquels les bouquets « Ciné » (7 chaînes à 10 €/mois) ; « Orange Cinéma Séries » (5 chaines à 12 €/mois) ; beIN SPORT (2 chaînes à 11 €/mois) ; « Sport » (10 chaînes pour 10 €/mois); « Jeunesse » (5 chaînes pour 6 €/mois) ; « Musique » (3 bouquets).

Les chaînes Canal+ et les différents bouquets composés par CanalSat sont commercialisés à 39,90 €/mois.

Orange double son offre de VàD en proposant 7 000 vidéos/mois (« 24/24 Vidéo »).

L'opérateur propose également les services de SVOD Pass M6 (7,99 €/mois) et Filmo TV (7 €/mois), ainsi que les services de télévision de rattrapage de TF1 (MYTF1), M6 (M6 Replay), France Télévisions (Pluzz), Disney, NRJ Replay...

Bouygues Télécom propose un forfait triple-play intitulé « Bbox », au tarif de 31,90 €/mois, incluant jusqu'à 130 chaînes. La « Bbox sensation » ADSL ou fibre offre la possibilité d'accéder à 179 chaînes pour 37,90 €/mois. Les offres comprenant les forfaits mobiles vont de 41,81 €/mois à 62,80 €/mois.

L'opérateur propose également une trentaine de bouquets dont « Bbox grand Angle » (40 chaînes pour 14,90 €/mois) et, pour les clients Bbox et Ideo (hors ADSL), beIN SPORT pour 11 €/mois, un bouquet cinéma pour 11 €/mois (8 chaînes) et une quinzaine de bouquets de chaînes étrangères. Les offres CanalSat et Numericable (3 bouquets) sont également disponibles ainsi qu'un abonnement aux chaînes Canal+.

Une offre de services de vidéo à la demande permet d'accéder à 5 plates-formes différentes de VàDA (MYTF1 VOD, PassDisney, Avant Première, CanalPlay, CanalPlayInfinity et Dorcel VoD) en plus de sa propre plate-forme de VàD (Bbox VOD) qui donne accès à un catalogue de plusieurs milliers de titres. Viennent s'ajouter des services de magnétoscope numérique, de media center et de multi-écrans.

Les offres de Dartybox ADSL et Dartybox très haut débit ne sont plus commercialisées depuis fin août 2012. Cet arrêt fait suite au rachat des activités télécoms de Darty par Bouygues Télécom en mai 2012.

5. LES OFFRES DISPONIBLES SUR LES TÉLÉPHONES MOBILES[16]

Les chaînes numériques sont accessibles dans les offres des opérateurs de mobile que sont Orange, SFR et Bouygues Télécom.

Le système de facturation à la minute, qui a prévalu lors du lancement de ces offres, a été remplacé par un système d'abonnement spécifique à ces chaînes ou inclus dans des forfaits téléphoniques avec accès à l'Internet 3G.

L'offre télévisuelle sur téléphone mobile d'**Orange** s'est développée puisque, outre l'accès inclus dans les forfaits accès internet 3G illimité, l'opérateur propose 8 options télévisuelles dont :

- l'option « TV Max » : 70 chaînes et 3 500 vidéos en HD pour 5 €/mois ;
- l'option « Orange Cinéma Séries » pour 5 €/mois ;
- l'option « Sport » : 15 chaînes pour 6 €/mois ;
- l'option « Ligue 1 » pour 5 €/mois ;
- les options « OL Mobile », « OM Mobile », « PSG Mobile », « Girondins Mobile » pour 1 €/mois chacune.

L'offre de **SFR**, SFR TV, est composée d'un bouquet de 130 chaînes en direct ou à la demande et 25 radios, incluses dans certains forfaits ou proposées parfois à 1€/mois. Les clients SFR peuvent enrichir cette offre en souscrivant au « Pass Canal+ Mobile », à 8 €/mois qui propose cinq chaînes (Canal+ en clair, Humour, Cinéma/Série, Sport/Info et Charme), ou à « beIN SPORT » pour 10,99 €/mois.

Bouygues Télécom propose aux abonnés possédant un forfait Smartphone avec internet 3G un accès illimité sur mobile aux 19 chaînes de la TNT. L'abonné peut également accéder aux chaînes premium Canal+ Mobile (CanalSat Mobile, Sport de CanalSat Mobile ou Musique de CanalSat Mobile) en souscrivant à différentes options en supplément.

[16] Les tarifs des différentes offres sont ceux répertoriés en janvier 2013 et n'intègrent pas les offres promotionnelles.

L'AUDIENCE DES CHAÎNES NUMÉRIQUES

REMARQUES MÉTHODOLOGIQUES

La mesure de référence de l'audience des chaînes de télévision est fournie en France par Médiamétrie. Deux enquêtes principales analysent l'audience de la télévision : le Médiamat, qui porte sur l'ensemble des individus de plus de 4 ans équipés de téléviseurs et le Médiamat'Thématik (MédiaCabSat jusqu'en 2009), qui donne des résultats sur la population des individus de plus de 4 ans recevant une offre de télévision par le câble, le satellite ou l'ADSL.

Depuis janvier 2011, Médiamétrie intègre, dans les audiences des programmes, les visionnages en différé effectués sept jours après leur diffusion, uniquement par enregistrement personnel ou par contrôle du direct, la télévision de rattrapage étant exclue.

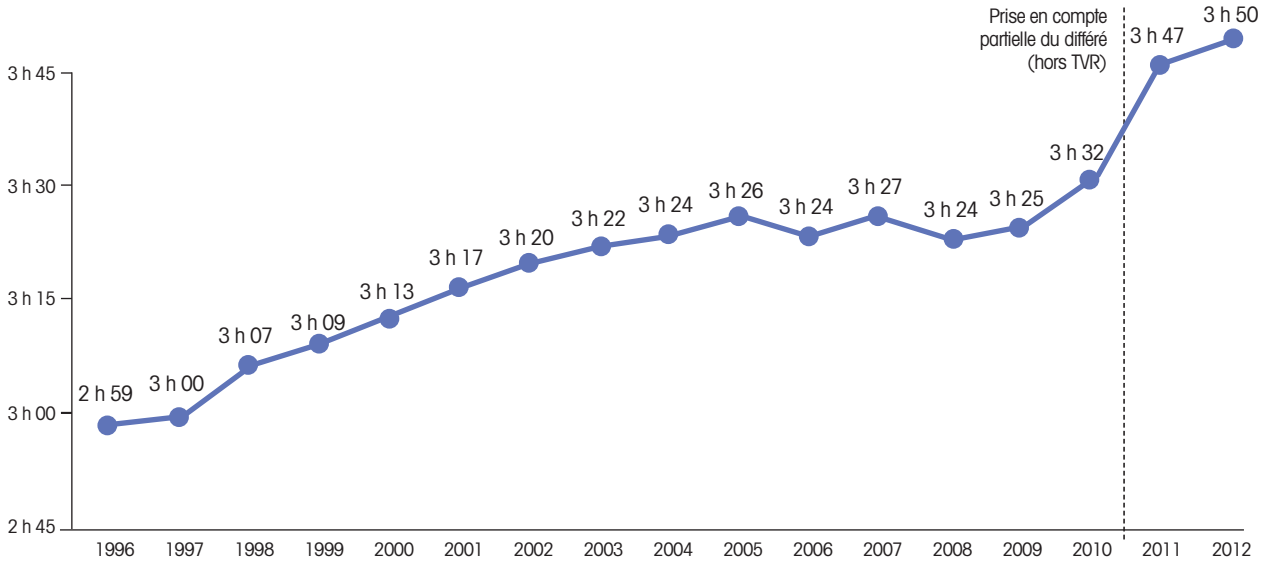
Les mesures d'audience prennent en compte l'ensemble des modes de réception.

Par ailleurs, les chaînes recensées dans le Médiamat'Thématik ne sont pas toutes conventionnées par le CSA (certaines chaînes européennes non conventionnées y souscrivent) et, à l'inverse, certaines chaînes conventionnées ne souscrivent pas à cette étude.

1. L'AUDIENCE DE LA TÉLÉVISION

En 2012, les Français ont passé en moyenne 3 heures et 50 minutes par jour à l'écoute de la télévision. Cette durée d'écoute augmente régulièrement depuis de nombreuses années : elle a gagné 30 minutes en dix ans. Depuis 2000, elle a connu seulement deux années de baisse modérée, en 2006 et 2008. L'année 2011 a été exceptionnelle avec une croissance de quinze minutes dont seulement quatre étaient attribuables à l'intégration par Médiamétrie des visionnages en différé dans les mesures d'audience à partir de janvier 2011. En 2012, l'indicateur a augmenté à nouveau, mais dans une moindre mesure, gagnant trois minutes.

ÉVOLUTION DE LA DUREE D'ÉCOUTE QUOTIDIENNE MOYENNE DE LA TÉLÉVISION PAR INDIVIDU

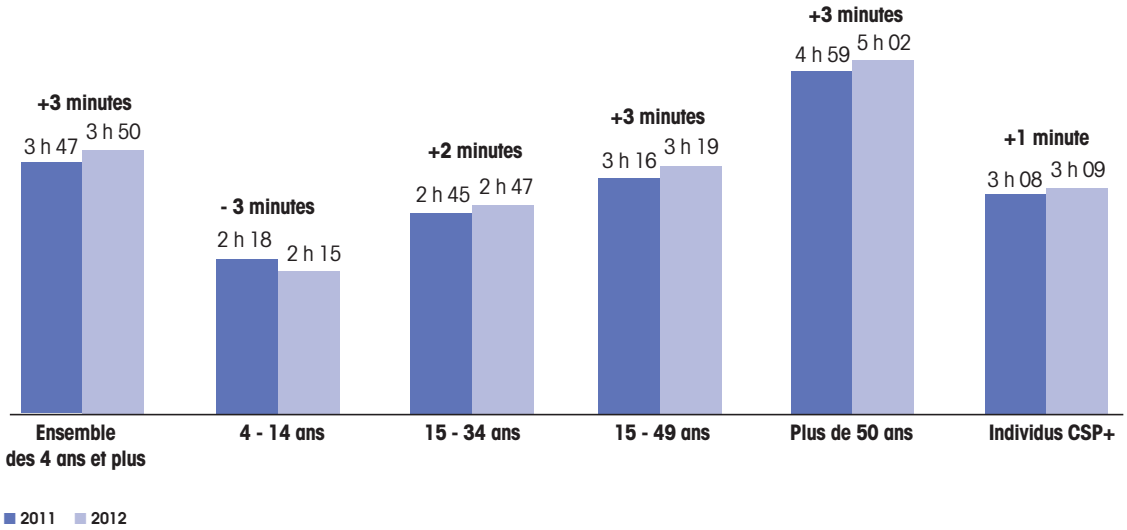


Source : Médiamétrie, Médiamat. Ensemble des plus de 4 ans équipés de téléviseurs, France métropolitaine.

Le volume horaire quotidien d'écoute de la télévision varie de façon importante selon le sexe, l'âge et la catégorie socioprofessionnelle des individus. Il est moins important pour les hommes que pour les femmes, de même que pour les CSP+ par rapport à l'ensemble de la population. La durée d'écoute quotidienne de la télévision augmente d'autre part significativement avec l'âge.

De 2011 à 2012, ces écarts se sont légèrement creusés. Alors que la durée d'écoute de l'ensemble des plus de quatre ans a augmenté de trois minutes, celles des 15-34 ans et des CSP+ n'ont augmenté, respectivement, que de deux et une minutes. Les 4-14 ans, quant à eux, ont passé trois minutes de moins devant l'écran de télévision en 2012 qu'en 2011.

ÉVOLUTION DE LA DURÉE D'ÉCOUTE QUOTIDIENNE MOYENNE DE LA TÉLÉVISION ENTRE 2011 ET 2012



Source : Médiamétrie, Médiamat. France métropolitaine.

La durée d'écoute de la télévision augmente avec le nombre de chaînes auxquelles les individus ont accès et la souscription d'un abonnement au sein du foyer. Pour autant, certaines caractéristiques socio-démographiques déterminent plus fortement la durée d'écoute que l'offre de chaînes. Ainsi, en 2012, les individus recevant exclusivement la TNT, de moyenne d'âge élevée, regardaient-ils la télévision 22 minutes de plus que les individus recevant une offre de télévision élargie, payante ou non.

2. L'AUDIENCE DES CHAÎNES GRATUITES

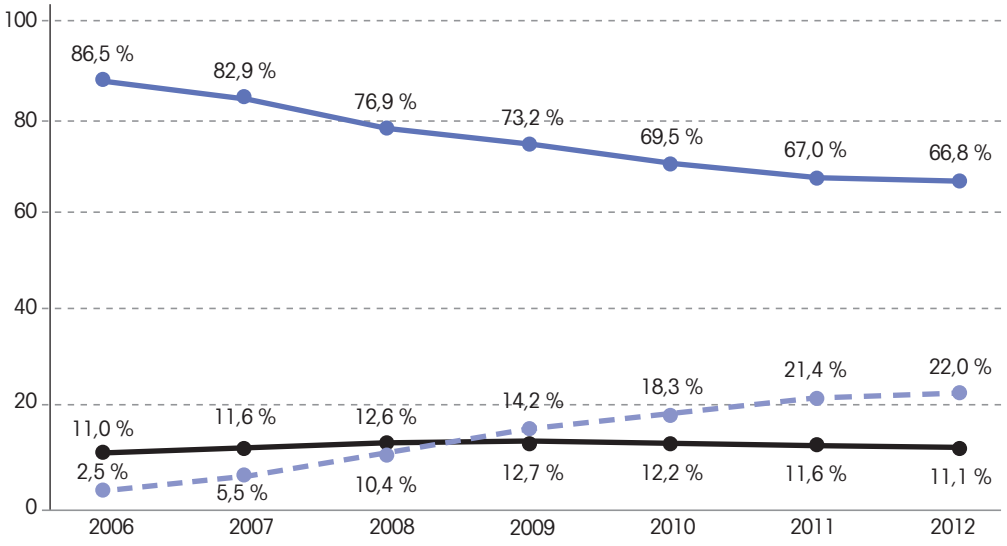
REMARQUES MÉTHODOLOGIQUES

Cette partie s'appuie sur les résultats de l'enquête Médiamat de Médiamétrie. A la fin du mois de décembre 2012, le panel Médiamat était composé de 11 464 individus âgés de 4 ans et plus vivant dans 5 004 foyers équipés d'un audimètre à bouton-poussoir. Ce panel est construit pour être représentatif des individus de plus de 4 ans résidant en France métropolitaine et possédant au moins un téléviseur dans leur résidence principale.

LE RECUL DE L'AUDIENCE DES CHAÎNES HERTZIENNES HISTORIQUES

Le déploiement de nouvelles chaînes gratuites sur la TNT à partir de 2005 a entrainé une baisse de l'audience des chaînes hertziennes historiques : TF1, France 2, France 3, Canal+, France 5, M6 et Arte. Entre 2006 et 2012, leur part d'audience agrégée a reculé de 19,7 points tandis que celle des nouvelles chaînes gratuites de la TNT progressait de 19,5 points, atteignant 22 % en 2012. La part d'audience des autres chaînes, locales, régionales, étrangères, thématiques et interactives, a légèrement augmenté de 2006 à 2009 puis diminué dans les mêmes proportions de 2009 à 2012, restant stable sur l'ensemble de la période.

ÉVOLUTION DE LA PART D'AUDIENCE DES CHAÎNES



Chaînes hertziennes historiques. **Chaînes thémathiques, locales, étrangères et interactives.** **Nouvelles chaînes de la TNT (2005).**

Source : Médiamétrie, Médiamat. Ensemble des 4 ans et plus, France métropolitaine.

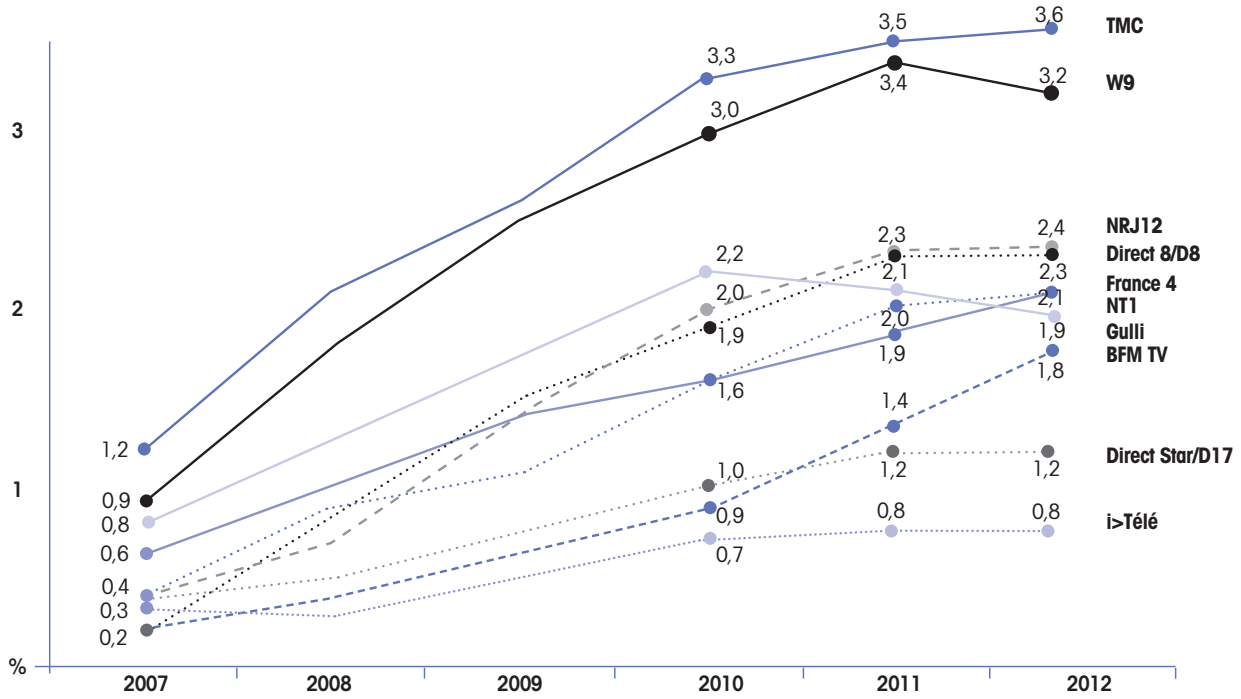
LA DIVERSITÉ DES ÉVOLUTIONS DES AUDIENCES DES CHAÎNES GRATUITES DE LA TNT LANCÉES EN 2005

Depuis leur lancement en 2005, les nouvelles chaînes gratuites de la TNT ont suivi différents rythmes de croissance de leur audience.

TMC et W9 se détachent à la tête de l'ensemble avec plus de 3 % de parts d'audience depuis 2010. Suivent ensuite six chaînes dont les parts d'audience annuelles s'établissent autour de 2 % en 2012 : NRJ12, D8 (ex Direct 8), France 4, NT1, Gulli et BFM TV. Au sein de ce groupe de chaînes qui a progressé de façon régulière et significative depuis 2006, Gulli se singularise avec deux années de baisse consécutives en 2011 et en 2012.

Les deux dernières places du classement sont occupées par i>Télé, la deuxième chaîne d'information, qui a été très largement distancée par BFM TV, et D17 (ex Direct Star, ex Virgin 17). Les audiences de La Chaîne Parlementaire et de France Ô ne sont, quant à elles, pas mesurées dans le Médiamat.

ÉVOLUTION DES PARTS D'AUDIENCE DES NOUVELLES CHAÎNES GRATUITES DE LA TNT (en %)



Source : Médiamétrie, Médiamat. Ensemble des 4 ans et plus.

3. L'AUDIENCE DES CHAÎNES PAYANTES

REMARQUES MÉTHODOLOGIQUES

Cette partie s'appuie sur les résultats de l'enquête Médiamat'Thématik de Médiamétrie, qui a succédé au MédiacabSat en 2010. Cette étude porte sur la population des abonnés à une offre élargie de chaînes et permet de mesurer l'audience individuelle des chaînes thématiques. A la différence du Médiamat, ses résultats ne sont publiés que deux fois par an, à l'issue de 24 semaines de cumul de recueil des données : début mars pour la période septembre – février et début juillet pour la période mars – juin. La dernière vague de l'enquête, portant sur la période janvier – juin 2012, a été réalisée sur un échantillon de référence de 7 632 personnes âgées de 4 ans et plus vivant dans 2 972 foyers.

La population étudiée dans le MédiaCabSat rassemblait les individus de plus de 4 ans abonnés au câble (câble analogique avec plus de 15 chaînes ou câble numérique) ou CanalSat, par satellite ou ADSL. A la fin de l'année 2009, les acteurs du marché et Médiamétrie ont décidé de faire évoluer le MédiaCabSat afin de prendre en compte l'évolution des modes de réception de la télévision, et notamment la part croissante de la réception par ADSL. Le MédiaCabSat est ainsi devenu le Médiamat'Thématik et ses premiers résultats, portant sur la période allant du 1er mars au 20 juin 2010, ont été communiqués par Médiamétrie en juillet 2010.

La nouvelle population étudiée dans le Médiamat'Thématik, appelée « ensemble univers » inclut désormais toute la réception par câble (dont le service antenne), toute la réception par satellite (avec ou sans abonnement) et toute la réception TV par ADSL (avec ou sans option ou bouquet payant de chaînes). Au sein de cet univers, Médiamétrie isole une population dite « univers payant abonnés CanalSat ou câble » qui correspond à l'ancienne population étudiée par le MédiaCabSat. Les abonnés aux offres payantes de télévision autres que CanalSat et le câble (TNT payante, offre satellite ou ADSL payante hors CanalSat) ne peuvent pas encore être pris en compte dans cette population d'abonnés à une offre payante en raison de la dispersion et des faibles effectifs de ces offres.

REMARQUES MÉTHODOLOGIQUES (SUITE)

Les audiences de toutes les chaînes souscriptrices à un service auprès de Médiamétrie – soit 114 chaînes : chaînes hertziennes nationales « historiques », chaînes reprises sur la TNT gratuite et chaînes thématiques – sont désormais mesurées à la fois sur « l'ensemble univers » et sur « l'univers payant abonnés CanalSat ou câble ».

D'autre part, à l'instar du Médiamat, l'enquête Médiamat'Thématik intègre depuis janvier 2011 dans les audiences des programmes les visionnages en différé effectués par enregistrement personnel ou contrôle du direct.

Pour la période janvier - juin 2012, les parts d'audience par agrégat ont été les suivantes :

	Part d'audience « ensemble univers »	Part d'audience « univers payant abonnés CanalSat ou câble »
Chaînes hertziennes nationales historiques et nouvelles chaînes gratuites de la TNT	82,0 %	71,2 %
Chaînes thématiques	17,6 %	28,4 %

Source : Médiamétrie, Médiamat'Thématik.

Dans cette partie du guide sont présentés les résultats d'audience des chaînes thématiques par rapport à la population de « l'ensemble univers » et non par rapport à celle de « l'univers payant abonnés CanalSat ou câble ».

Plusieurs précautions doivent être prises pour l'interprétation des résultats d'audience de l'enquête Médiamat'Thématik. Les chaînes recensées peuvent en effet être destinées à des publics spécifiques, être reprises sur différentes plates-formes en basique ou en option et, dans des niveaux d'offres différents, bénéficier de plus ou moins d'ancienneté sur ces plates-formes.

LES ABONNÉS À UNE OFFRE PAYANTE DE TÉLÉVISION

Le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel estime qu'à la fin de l'année 2011, 14,7 millions de foyers de France métropolitaine, soit 54,8 % des foyers équipés de téléviseurs, recevaient une offre numérique de télévision payante [1].

Comme indiqué précédemment, les foyers abonnés exclusivement à une offre de TNT payante qui entrent dans le périmètre du tableau ci-dessous [2] ne sont pas inclus dans « l'ensemble univers » du Médiamat'Thematik. D'autre part, les abonnés à une offre ADSL incluant un bouquet payant de chaînes hors CanalSat par ADSL ne sont pas pris en compte dans la population dite « univers payant abonnés CanalSat ou câble » du Médiamat'Thématik.

NOMBRE DE FOYERS RECEVANT UNE OFFRE PAYANTE DE TÉLÉVISION EN MODE NUMÉRIQUE AU PREMIER SEMESTRE 2011

	En millions	En %
CÂBLE OFFRE ÉLARGIE	2,0	13 %
SATELLITE	3,3	23 %
ADSL	8,2	56 %
TNT PAYANTE	1,2	8 %
NOMBRE TOTAL D'ABONNÉS À UNE OFFRE PAYANTE DE TÉLÉVISION	**14,7**	**100 %**

Sources : Observatoire de l'équipement des foyers pour la réception de la télévision numérique et estimations du CSA à partir des déclarations des éditeurs. Ce tableau contient des arrondis.

[1] C'est-à-dire qui payaient un abonnement donnant accès à au moins une chaîne de télévision, sans tenir compte du nombre de chaînes incluses dans cet abonnement.

[2] Les foyers abonnés exclusivement à une offre payante sur la TNT sont classés dans la catégorie des foyers recevant une offre de télévision payante par la TNT. Les foyers abonnés exclusivement à une offre ADSL incluant un bouquet de télévision hors CanalSat sont classés dans la catégorie des foyers recevant une offre de télévision payante par ADSL ou par fibre optique ou encore par satellite dans le cas des offres ADSL avec télévision par satellite spécifiques aux « zones d'ombres » de l'ADSL.

Les abonnés à une offre payante de télévision ont un profil socio-démographique sensiblement différent de celui de l'ensemble des individus équipés de télévision. La différence la plus notable est la surreprésentation des foyers avec enfants parmi les abonnés au câble ou à CanalSat. La proportion de CSP+ chefs de ménages est également très supérieure chez les abonnés. Les classes d'âge 4-14 ans, 15-24 ans et 35-49 ans ainsi que les hommes sont également plus représentés. Enfin, les abonnés à une offre payante sont plus nombreux dans les communes rurales que dans les agglomérations, l'agglomération parisienne faisant exception avec un pourcentage d'abonnés supérieur à la moyenne nationale.

PROFILS COMPARÉS DES ABONNÉS AU CÂBLE OU À CANALSAT ET DE L'ENSEMBLE DES INDIVIDUS ÉQUIPÉS DE TÉLÉVISEURS AU PREMIER SEMESTRE 2012

	ABONNÉS AU CÂBLE OU À CANALSAT PAR SATELLITE OU ADSL* (4 ans et +)		ÉQUIPÉS TV** (4 ans et +)	
	En milliers	%	En milliers	%
INDIVIDUS 4 ANS ET +	14 243	100,0	58 938	100,0
SEXE				
HOMMES 4 ANS ET +	7 253	50,9	28 435	48,2
FEMMES 4 ANS ET +	6 990	49,1	30 503	51,8
MÉNAGÈRES	4 869	34,2	22 838	38,7
MÉNAGÈRES - DE 50 ANS	2 175	15,3	10 565	17,9
AGE				
4-14 ANS	2 345	16,5	8 421	14,3
15-24 ANS	1 950	13,7	7 295	12,4
25-34 ANS	1 354	9,5	7 556	12,8
35-49 ANS	3 189	22,4	12 507	21,2
50 ANS ET +	5 405	37,9	23 159	39,3
CSP DU CHEF DE FOYER				
CSP+	5 563	39,1	20 801	35,3
CSP-	4 328	30,4	19 240	32,6
INACTIFS	4 351	30,5	18 897	32,1
CSP PAR INDIVIDU				
CSP+	3 192	22,4	12 836	21,8
CSP-	3 137	22,0	15 121	25,7
INACTIFS	7 913	55,6	30 981	52,6
TAILLE D'AGGLOMÉRATION				
COMMUNES RURALES	3 646	25,6	13 654	23,2
DE 2 000 À 19 000 HABITANTS	2 359	16,6	10 509	17,8
DE 20 000 À 99 000 HABITANTS	1 546	10,9	7 592	12,9
PLUS DE 100 000 (hors Paris)	4 172	29,3	17 559	29,8
AGGLOMÉRATION PARISIENNE	2 520	17,7	9 624	16,3
NOMBRE D'ENFANTS				
AUCUN ENFANT	8 083	56,8	36 200	61,4
AU MOINS 1 ENFANT	6 160	43,2	22 738	38,6

*Sources : * Médiamétrie / Médiamat'Thématik janvier-juin 2012. ** Médiamétrie 2012.*

LES PARTS D'AUDIENCE DES CHAÎNES PAYANTES ET DES DIFFÉRENTES THÉMATIQUES

La dernière vague du Médiamat'Thématik recense l'audience de 97 chaînes thématiques. Si ce chiffre est important, un nombre non négligeable de chaînes thématiques diffusées en France ne souscrivent pas à l'étude de Médiamétrie.

Dans ce paragraphe, les parts d'audience des chaînes sont présentées tout d'abord de manière agrégée par thématique puis individuellement.

Les parts d'audience agrégées doivent être considérées avec précaution car le pourcentage de chaînes souscriptrices au Médiamat'Thématik varie selon les thématiques. Par exemple, les résultats agrégés de la thématique information ne sont pas présentés car la chaîne LCI en est la seule représentante dans la dernière vague. Ni Euronews ni France 24 ne sont souscriptrices. De même, La Chaîne Météo est l'unique représentante de la thématique services.

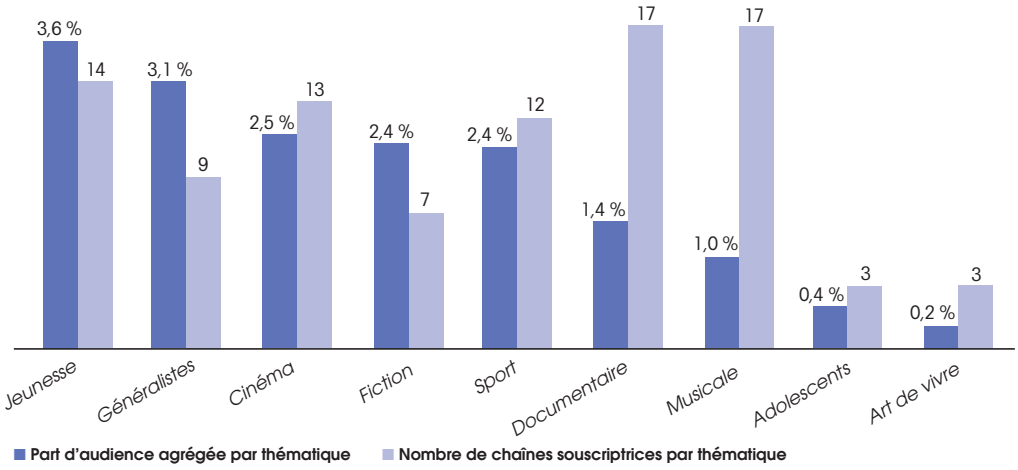
Les résultats présentés font apparaître que la thématique jeunesse est la première en termes d'audience agrégée. Elle détient le record de la part d'audience individuelle avec Disney Channel, à 0,9 %. La thématique suivante, selon la part d'audience agrégée, est celle des chaînes généralistes. Elle sont moins nombreuses mais affichent une meilleure

moyenne que les chaînes jeunesse, avec quatre chaînes à forte audience : Paris Première, RTL9, Téva et TV Breizh qui rassemblent chacune 0,7 % de part d'audience.

En troisième position, on trouve les thématiques cinéma, fiction et sport, très proches les unes des autres en termes de part d'audience agrégée. Les chaînes fiction, moins nombreuses, atteignent une part d'audience moyenne supérieure à celles des chaînes cinéma et sport.

Les thématiques documentaire et musicale, qui sont pourtant les plus représentées en nombre avec 17 chaînes chacune, atteignent des parts d'audience agrégées nettement inférieures aux cinq premières thématiques. Les premières chaînes de ces deux thématiques culminent individuellement à 0,2 % de part d'audience. Enfin, les thématiques adolescents et art de vivre, qui regroupent seulement trois chaînes chacune, ferment la marche.

PARTS D'AUDIENCE DES CHAÎNES PAYANTES PAR THÉMATIQUE DE JANVIER À JUIN 2012 ET NOMBRE DE CHAÎNES SOUSCRIPTRICES [3]



Source : Médiamétrie, Médiamat'Thématik, « ensemble univers ».

PARTS D'AUDIENCE DES CHAÎNES THÉMATIQUES DE JANVIER À JUIN 2012, « ENSEMBLE UNIVERS » (en italique : les chaînes européennes)

CHAÎNES JEUNESSE	
CHAÎNES	**DE JANVIER À JUIN 2012**
Disney Channel	0,9 %
Piwi+	0,5 %
Boomerang	*0,3 %*
Disney Junior	0,3 %
Cartoon Network	*0,2 %*
Disney Channel +1	0,2 %
Disney XD	0,2 %
Nickelodeon	*0,2 %*
Nickelodeon junior	*0,2 %*
Télétoon+	0,2 %
Tiji	0,2 %
Canal J	0,1 %
Télétoon +1	0,1 %
Boing	*0,1 %*
TOTAL	**3,6 %**
MOYENNE	**0,3 %**

Source : Médiamétrie, Médiamat'Thématik.

CHAÎNES GÉNÉRALISTES	
CHAÎNES	**DE JANVIER À JUIN 2012**
Paris Première	0,7 %
RTL9	*0,7 %*
Téva	0,7 %
TV Breizh	0,7 %
E!	*0,1 %*
June	0,1 %
TV5 Monde	0,1 %
Men's up TV	< 0,1 %
MCE TV	< 0,1 %
TOTAL	**3,1 %**
MOYENNE	**0,3 %**

Source : Médiamétrie, Médiamat'Thématik.

[3] Les parts d'audience des chaînes n'atteignant pas 0,1 % ne sont pas précisées dans les résultats de l'enquête. Elles sont approximées ici par le différentiel entre la part d'audience totale des chaînes thématiques et la somme des parts d'audience individuelles supérieures à 0,1 % divisé par le nombre de chaînes dont la part d'audience est inférieure à 0,1 %, soit 0,02 %.

CHAÎNES CINÉMA	
CHAÎNES	**DE JANVIER À JUIN 2012**
Canal+ Family	0,5 %
Canal+ Cinéma	0,4 %
Canal+ Décalé	0,4 %
Ciné+ Frisson	0,2 %
Ciné+ Premier	0,2 %
Ciné+ Classic	0,1 %
Ciné+ Club	0,1 %
Ciné+ Emotion	0,1 %
Ciné+ Famiz	0,1 %
Ciné+ Star	0,1 %
Disney Cinémagic	*0,1 %*
Disney Cinémagic +1	*0,1 %*
TCM	*0,1 %*
TOTAL	**2,5 %**
MOYENNE	**0,2 %**

Source : Médiamétrie, Médiamat'Thématik.

CHAÎNES SPORT	
CHAÎNES	**DE JANVIER À JUIN 2012**
Canal+ Sport	0,7 %
Eurosport	0,6 %
Infosport+	0,2 %
L'Equipe TV	0,2 %
Sport+	0,2 %
AB Moteurs	0,1 %
Equidia Live	0,1 %
Eurosport 2	0,1 %
Ma Chaîne Sport	0,1 %
Motors TV	< 0,1 %
Equidia Life	< 0,1 %
MCS Extrême	< 0,1 %
TOTAL	**2,4 %**
MOYENNE	**0,2 %**

Source : Médiamétrie, Médiamat'Thématik.

CHAÎNES MUSICALES	
CHAÎNES	**DE JANVIER À JUIN 2012**
NRJ Hits	0,2 %
M6 Music Hits	0,1 %
MCM	0,1 %
MCM Top	0,1 %
MTV	*0,1 %*
Nolife	0,1 %
Trace Urban	0,1 %
MCM Pop	< 0,1 %
MTV idol	*< 0,1 %*
M6 Music Black	< 0,1 %
M6 Music Club	< 0,1 %
Melody	< 0,1 %
Mezzo	< 0,1 %
MTV +1	*< 0,1 %*
MTV Base	*< 0,1 %*
MTV Pulse	*< 0,1 %*
Mezzo Live HD	< 0,1 %
TOTAL	**1,0 %**
MOYENNE	**0,1 %**

Source : Médiamétrie, Médiamat'Thématik.

CHAÎNES FICTION	
CHAÎNES	**DE JANVIER À JUIN 2012**
13ème rue Universal	0,5 %
Syfy Universal	*0,5 %*
AB1	0,3 %
Comédie+	0,3 %
Jimmy+	0,3 %
TF6	0,3 %
Série Club	0,2 %
TOTAL	**2,4 %**
MOYENNE	**0,3 %**

Source : Médiamétrie, Médiamat'Thématik.

CHAÎNES DOCUMENTAIRE	
CHAÎNES	**DE JANVIER À JUIN 2012**
Discovery Channel	*0,2 %*
Planète+	0,2 %
Planète+ Justice	0,2 %
Histoire	0,1 %
National Geographic Wild	*0,1 %*
National Geographic Channel	*0,1 %*
Planète+ No Limit	0,1 %
Planète+ Thalassa	0,1 %
Ushuaïa TV	0,1 %
Voyage	0,1 %
Stylia	< 0,1 %
Animaux	< 0,1 %
Chasse et Pêche	< 0,1 %
Encyclo	< 0,1 %
Escales	< 0,1 %
Montagne TV	< 0,1 %
Toute l'histoire	< 0,1 %
TOTAL	**1,4 %**
MOYENNE	**0,1 %**

Source : Médiamétrie, Médiamat'Thématik.

CHAÎNES ADOLESCENTS	
CHAÎNES	**DE JANVIER À JUIN 2012**
Game One	0,3 %
Mangas	0,1 %
Game One +1	< 0,1 %
TOTAL	**0,4 %**
MOYENNE	**0,1 %**

Source : Médiamétrie, Médiamat'Thématik.

CHAÎNES ART DE VIVRE	
CHAÎNES	**DE JANVIER À JUIN 2012**
Cuisine+	0,1 %
Maison+	0,1 %
Vivolta	< 0,1 %
TOTAL	**0,2 %**
MOYENNE	**0,1 %**

Source : Médiamétrie, Médiamat'Thématik.

LA PROGRAMMATION DES CHAÎNES NUMÉRIQUES

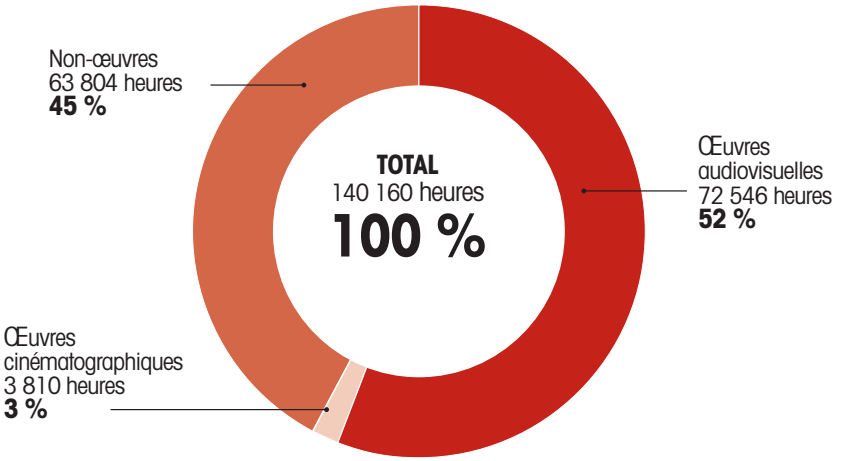
Les chaînes numériques gratuites et payantes, soit 134 chaînes, ont diffusé 1 234 995 heures de programmes en 2011 [1], dont 46 % ont été consacrées aux œuvres audiovisuelles (564 960 heures) et 15 % aux œuvres cinématographiques (179 734 heures [2]).

1. LES CHAÎNES GRATUITES

L'OFFRE DE PROGRAMMES SUR L'ENSEMBLE DE LA JOURNÉE

En 2011, les 16 chaînes gratuites de la TNT analysées dans le présent chapitre [3] ont diffusé 140 160 heures de programmes dont 55 % ont été consacrées à des œuvres audiovisuelles ou cinématographiques.

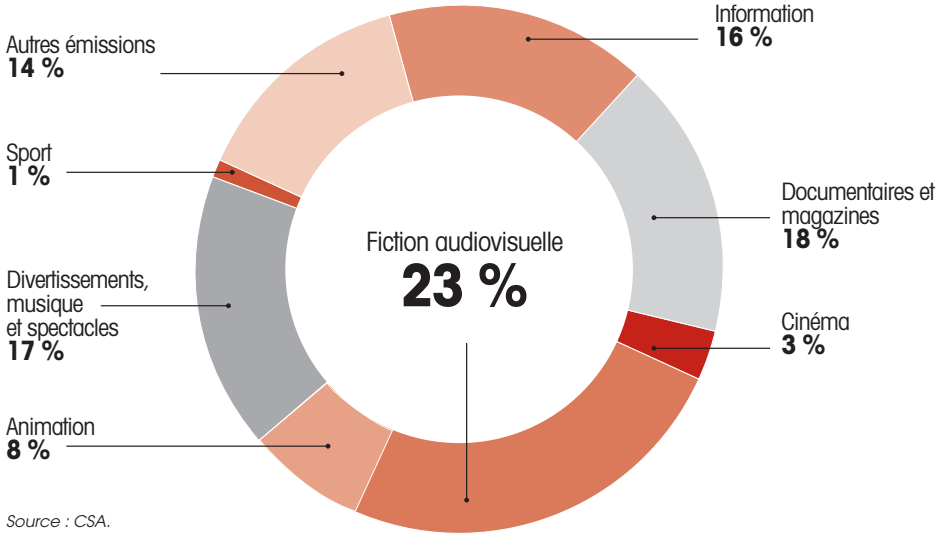
RÉPARTITION DE LA PROGRAMMATION DES 16 CHAÎNES GRATUITES DE LA TNT SELON LE TYPE DE PROGRAMMES EN 2011



Source : CSA.

L'offre totale de programmes se répartit comme suit :

OFFRE DE PROGRAMMES SUR L'ENSEMBLE DES CHAÎNES GRATUITES EN 2011 (en %, diffusion 24 heures /24 incluant les chaînes d'information)



Source : CSA.

La fiction audiovisuelle (animation comprise) [4] constitue le premier genre dans l'offre de programmes des chaînes gratuites. A périmètre constant, c'est-à-dire sans France Ô, son volume de diffusion est en très forte baisse (-1 200 heures) par rapport à 2010 alors que les documentaires et les magazines progressent dans des proportions similaires.

---

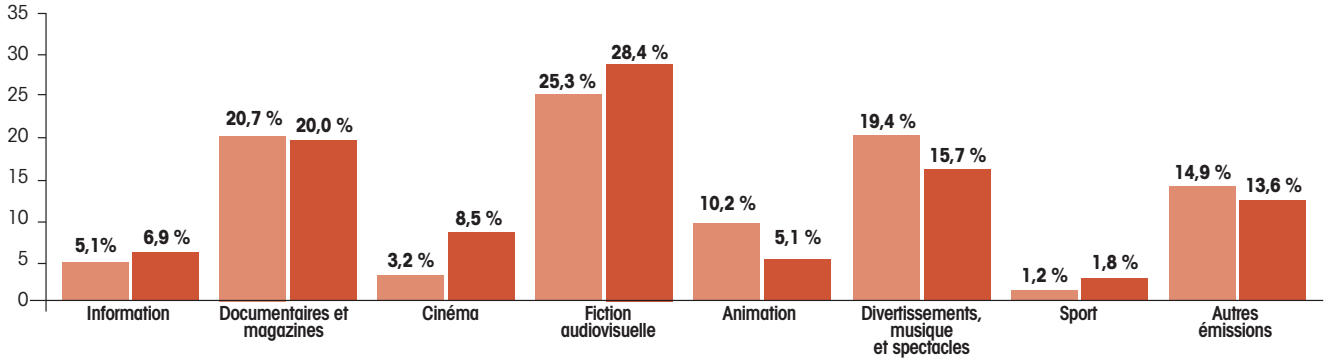
[1] Dans ce total est comptabilisée l'intégralité des heures de programmation des chaînes de paiement à la séance, qui diffusent sur plusieurs canaux.
[2] En 2011, les chaînes autorisées et conventionnées ont programmé 11 020 titres d'œuvres cinématographiques, représentant un cumul de 107 840 diffusions.
[3] Ces chaînes sont les suivantes : TF1, France 2, France 3, France 4, France 5, France Ô, M6, BFM TV, Direct 8, Direct Star, i>Télé, NRJ12, NT1, Gulli, TMC et W9. Les données concernant les chaînes Arte et LCP/Public Sénat ne sont pas intégrées dans ce guide, ces chaînes étant hors du champ de compétence du CSA. De même, les plages en clair de Canal+ ne sont pas prises en compte.
[4] Sauf mention contraire, dans cette partie, l'animation est comptabilisée avec la fiction audiovisuelle.

Les deux chaînes d'information BFM TV et i>Télé, qui représentent 11,8 % de l'offre globale de programmes, proposent 62,8 % de l'offre d'information diffusée sur les chaînes gratuites de la TNT.

L'OFFRE DE PROGRAMMES ENTRE 18 HEURES ET 23 HEURES

Les programmes diffusés entre 18 et 23 heures sont ceux qui captent la plus forte audience. Le graphique ci-dessous permet de comparer la part des différents genres de programmes diffusés sur la journée entière et entre 18 et 23 heures.

OFFRE DE PROGRAMMES DES CHAÎNES GRATUITES EN 2011 SELON LES HORAIRES DE DIFFUSION (hors chaînes d'information, en % du total des oeuvres diffusées)



■ *Offre sur l'ensemble de la journée.* ■ *Offre de programmes entre 18 et 23 heures.*

Source : CSA.

Le cinéma bénéficie d'une bonne exposition : 55,5 % de l'offre horaire de cinéma est programmée entre 18 et 23 heures. A contrario, les divertissements ont vocation à alimenter les autres plages horaires des chaînes : 83,1 % des heures de divertissement sont diffusées en dehors de la période comprise entre 18 et 23 heures.

La diminution de l'offre de fiction audiovisuelle (hors animation) en 2011 n'affecte pas la tranche horaire entre 18 et 23 heures. En revanche, l'animation est particulièrement sous-représentée en soirée.

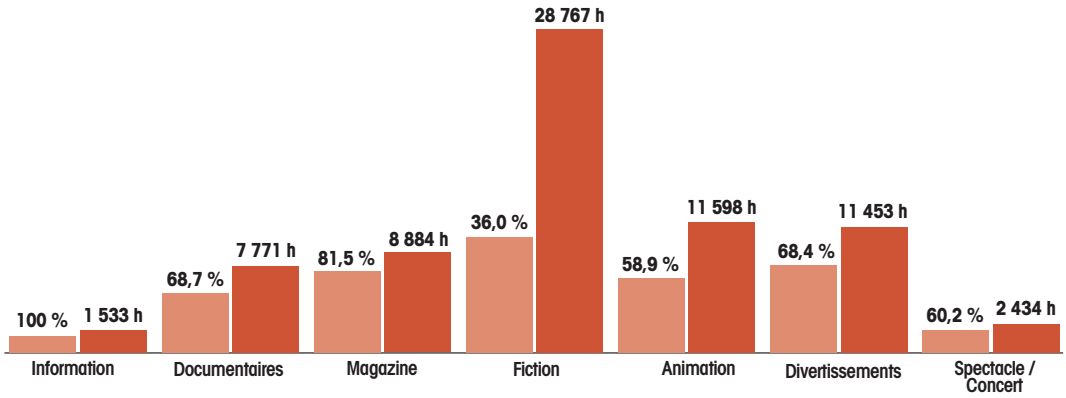
L'OFFRE D'ŒUVRES AUDIOVISUELLES

En 2011, les 16 chaînes gratuites étudiées ont diffusé 72 546 heures d'œuvres audiovisuelles, soit 52 % du volume total de programmes diffusés.

Seules les deux chaînes gratuites d'information en continu n'ont pas diffusé d'œuvres en 2011 (i>Télé et BFM TV).

Les œuvres audiovisuelles diffusées sont majoritairement constituées de fictions (y compris animation), comme l'atteste le graphique ci-dessous. Et seules les œuvres de fiction ne sont pas majoritairement européennes ou d'expression originale française (EOF).

RÉPARTITION PAR GENRE ET PAR ORIGINE DES ŒUVRES AUDIOVISUELLES DIFFUSÉES EN 2011 SUR LES CHAÎNES GRATUITES (diffusion 24 h/24, hors France Ô)[5]



■ *Part des œuvres européennes et EOF.* ■ *Volume des œuvres diffusées par genre.*

Source : CSA.

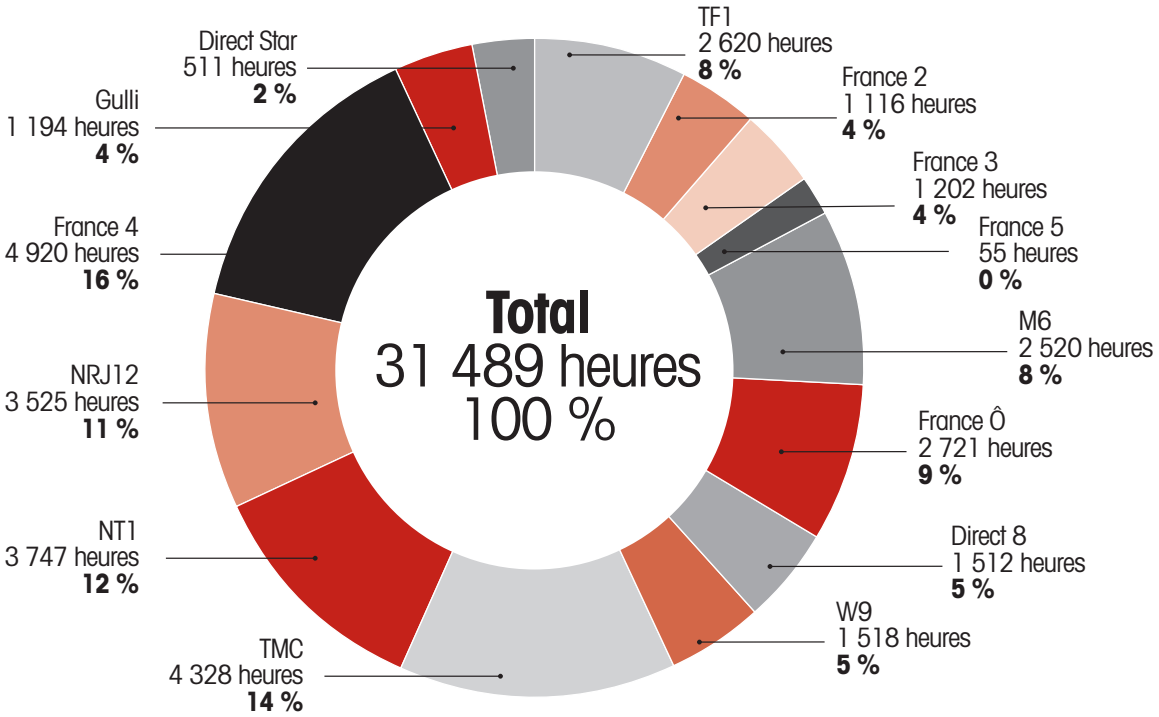
[5] Les œuvres audiovisuelles regroupées sous l'intitulé Information sont des magazines d'information de type *Sept à huit, Reportages* ou *Capital.*

L'OFFRE DE FICTIONS DE L'ENSEMBLE DES CHAÎNES GRATUITES EN 2011 (y compris France Ô)

43 087 heures de fictions audiovisuelles ont été diffusées par les chaînes gratuites (y compris France Ô) en 2011 dont 11 598 heures d'animation. La chaîne jeunesse Gulli, en raison de son format, propose près de la moitié de l'offre gratuite d'animation, le genre constituant 61 % de sa programmation. A contrario, France 2, Direct 8 et TMC sont totalement absentes de ce segment.

En 2011, la fiction audiovisuelle (hors animation), qui totalise 31 489 heures de diffusion, est présente sur l'ensemble des chaînes (sauf chaînes d'information). Cependant, quatre d'entre elles concentrent 53 % de l'offre : NRJ12, NT1, TMC et France 4. France 4 est la seule chaîne à proposer une programmation majoritairement constituée de fiction (hors animation) qui représente 56,2 % du temps d'antenne. TMC, NT1 et NRJ 12 consacrent plus de 40 % de leur grille à des fictions hors animation.

OFFRE DE FICTIONS AUDIOVISUELLES (hors animation)
SELON LA CHAÎNE EN 2011 (en heures diffusées)



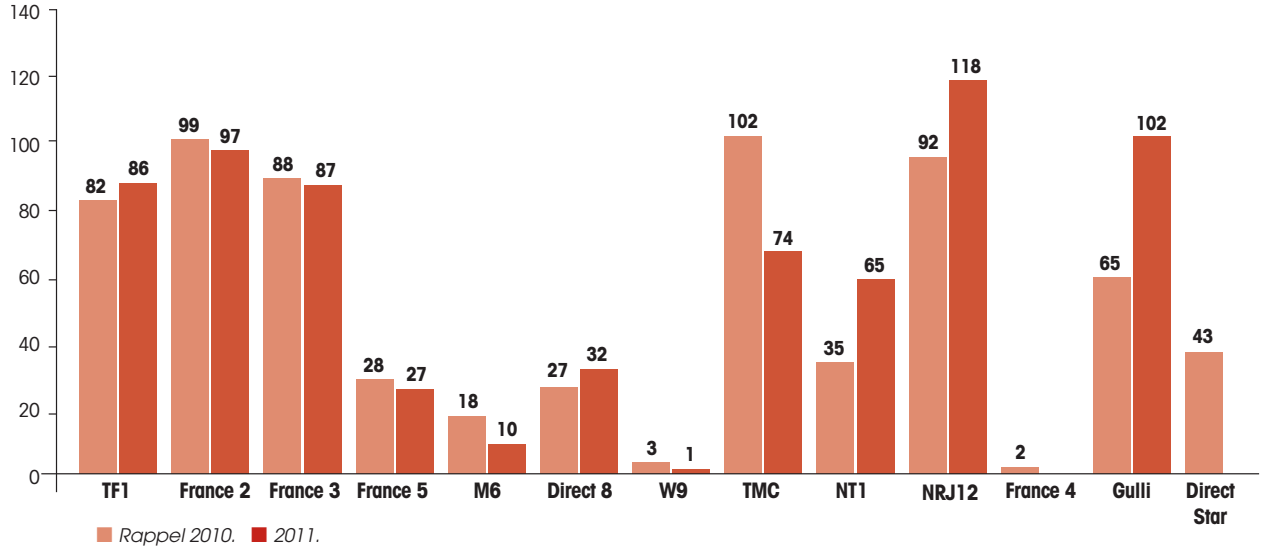
Source : CSA.

L'OFFRE DE FICTIONS AUDIOVISUELLES DE L'ENSEMBLE DES CHAÎNES GRATUITES EN 2011 (hors France Ô) EN SOIRÉE

En 2011, la chaîne NRJ12 a diffusé le plus grand nombre de fictions EOF en soirée. Quatre autres chaînes (TF1, France 2, France 3 et Gulli) se distinguent également et ont réservé à la fiction EOF plus de 80 soirées dans l'année.

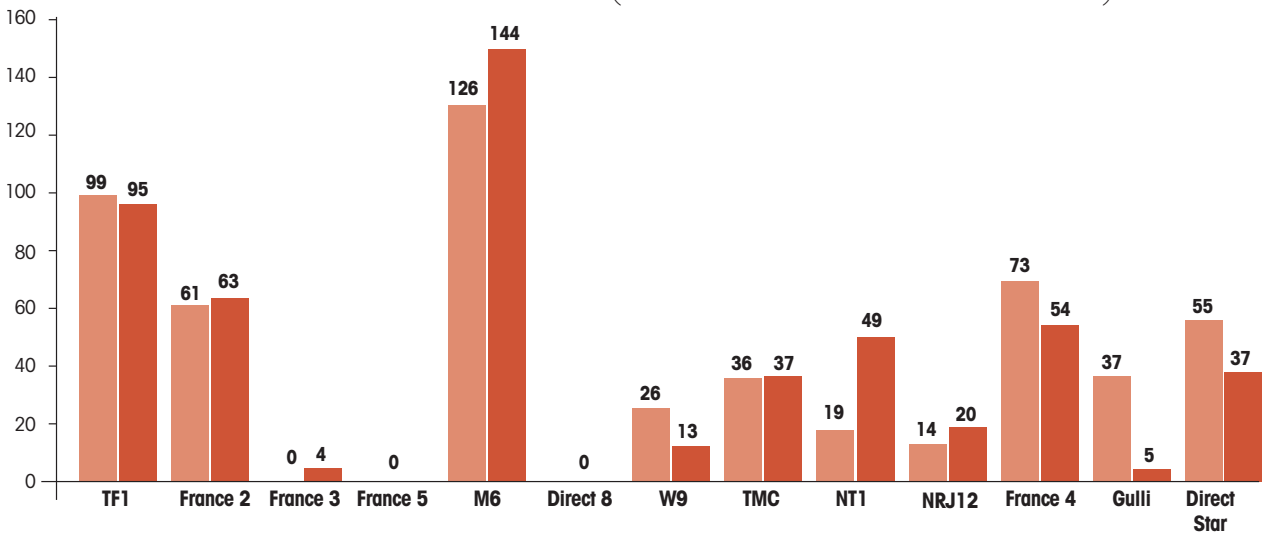
Les chaînes publiques France 2, France 3, France 5 mais aussi TMC, NT1, NRJ12, Direct 8 et Gulli ont programmé, en soirée, un plus grand nombre de fictions EOF que de fictions américaines. En revanche, TF1, M6, Direct Star et France 4 ont consacré en 2011 un nombre plus important de soirées à la fiction américaine qu'à la fiction française.

OFFRE DE FICTIONS EOF PAR CHAÎNE EN NOMBRE DE SOIRÉES EN 2011[6] (hors animation et hors France Ô)



Source : CSA.

OFFRE DE SÉRIES AMÉRICAINES PAR CHAÎNE EN NOMBRE DE SOIRÉES EN 2011[7] (hors animation et hors France Ô)



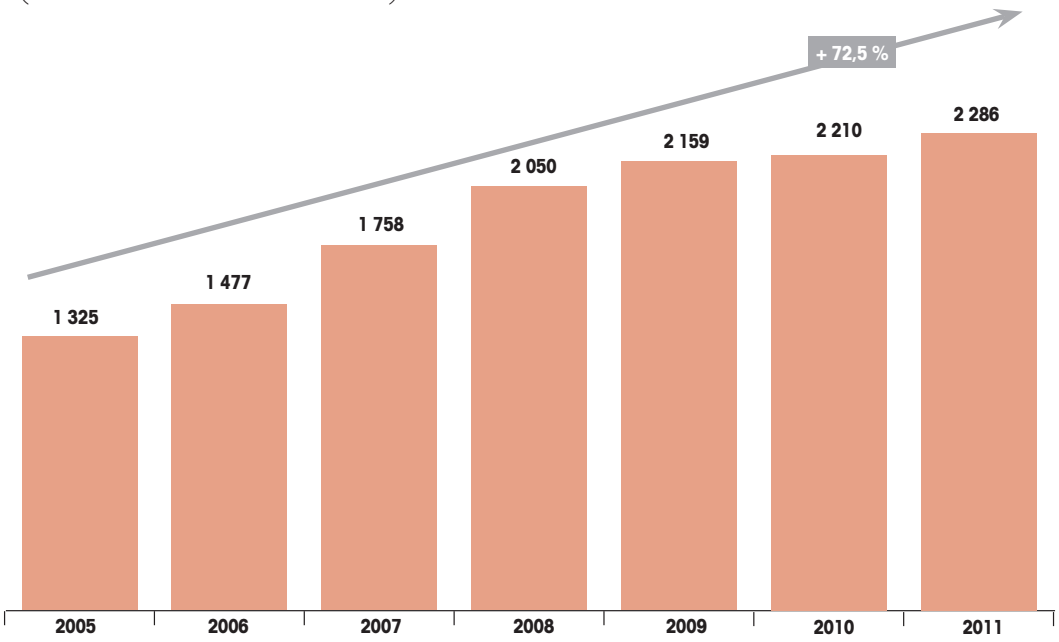
Source : CSA.

[6] Est comptabilisée au titre d'une soirée la programmation des fictions européennes et EOF débutant avant 21 heures lorsqu'elles totalisent une durée d'au moins 80 minutes.
[7] Est comptabilisée au titre d'une soirée la programmation d'au moins deux épisodes à la suite d'une série lorsqu'ils totalisent une durée d'au moins 80 minutes.

L'OFFRE D'ŒUVRES CINÉMATOGRAPHIQUES

En 2011, les chaînes gratuites ont procédé à 2 286 diffusions d'œuvres cinématographiques (1 757 titres différents), soit une augmentation de 3,5 % par rapport à 2010 (2 210 diffusions).

ÉVOLUTION DE L'OFFRE CINÉMA SUR LES CHAÎNES GRATUITES (en nombre de diffusions)



Source : CSA.

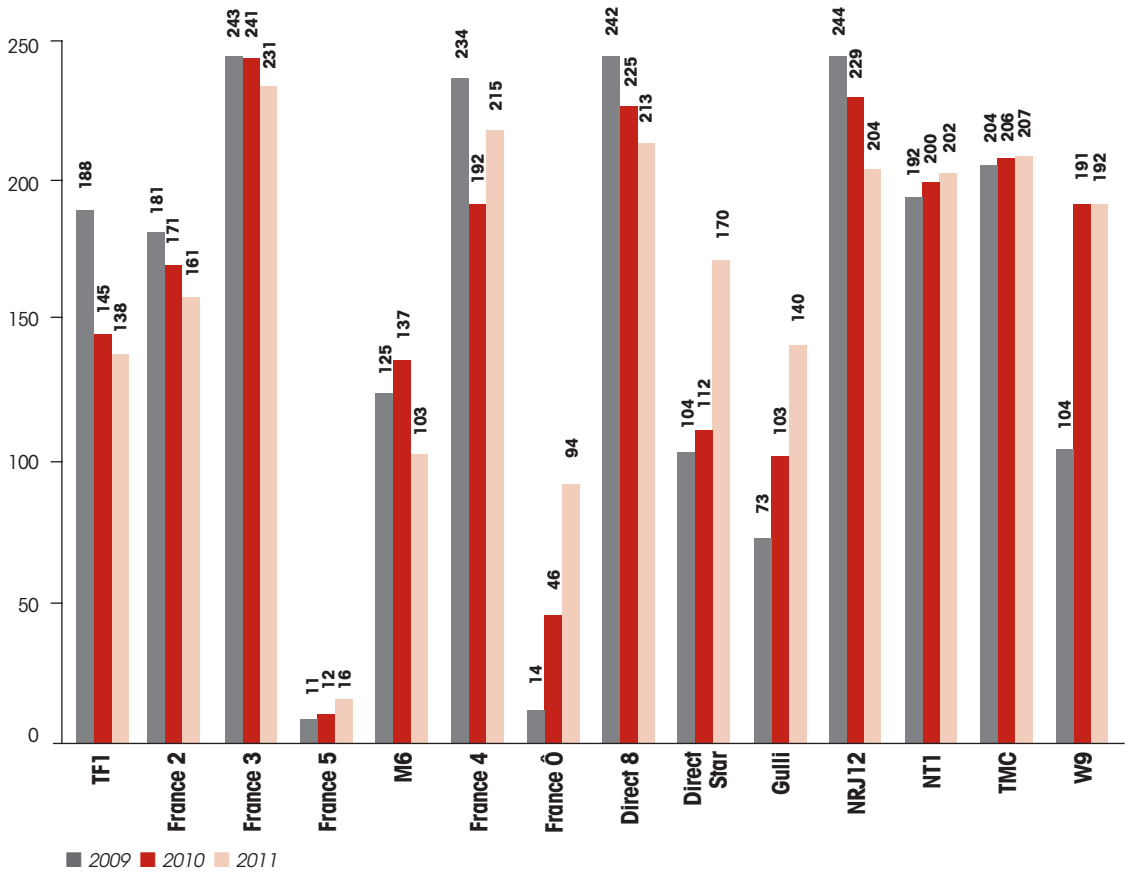
Le cinéma se répartit équitablement sur l'ensemble des chaînes. Il conserve néanmoins une exposition privilégiée sur le service public (France 2, France 3, France 4, France 5 et France Ô) qui propose plus de 30 % de l'offre. France 3 a diffusé, en 2011, le nombre de films le plus élevé de toutes les chaînes gratuites.

L'OFFRE DE CINÉMA SUR LES CHAÎNES GRATUITES EN 2011

Chaînes	Nombre de diffusions d'œuvres cinématographiques en 2011	Nombre de titres d'œuvres cinématographiques diffusés en 2011
TF1	138	138
FRANCE 2	161	161
FRANCE 3	231	229
FRANCE 5	16	11
M6	103	103
DIRECT 8	213	123
DIRECT STAR	170	109
FRANCE 4	215	125
FRANCE Ô	94	94
GULLI	140	92
NRJ12	204	139
NT1	202	153
TMC	207	152
W9	192	128
TOTAL	**2 286**	**1 757**

Source : CSA.

ÉVOLUTION DU NOMBRE DE DIFFUSIONS D'ŒUVRES CINÉMATOGRAPHIQUES SELON LA CHAÎNE

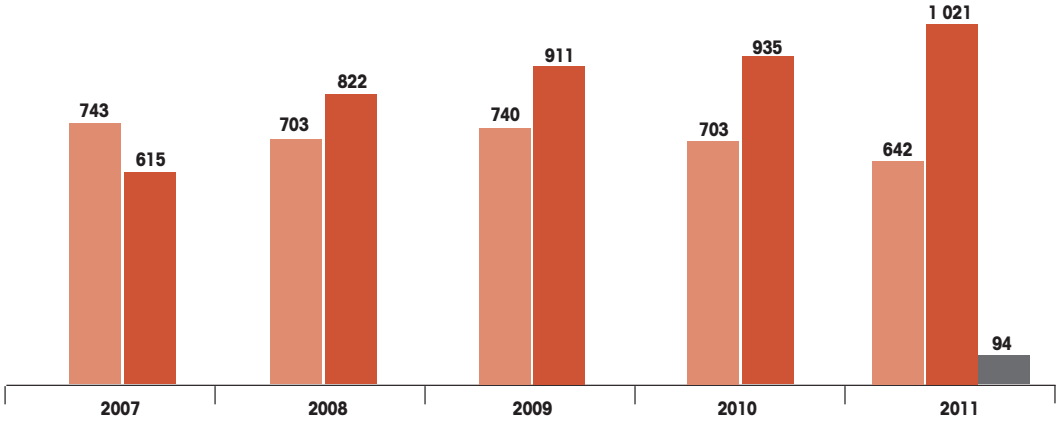


Source : CSA.

Le nombre d'œuvres cinématographiques programmées est en augmentation constante sur les nouvelles chaînes de la TNT, passant de 615 titres en 2007 à 1 021 en 2011 (+66 %), alors que, parallèlement, le nombre de titres diffusés sur les chaînes historiques [8] passe de 743 en 2007 à 642 en 2011 (-14 %).

Entre 2010 et 2011, la progression du nombre de titres proposés par les nouvelles chaînes gratuites de la TNT (+86 titres, soit +9 %) vient compenser la diminution du nombre de titres diffusés sur les chaînes historiques (-61 titres, soit –9 %).

ÉVOLUTION DE L'OFFRE D'ŒUVRES CINÉMATOGRAPHIQUES EN NOMBRE DE TITRES SUR LES CHAÎNES GRATUITES

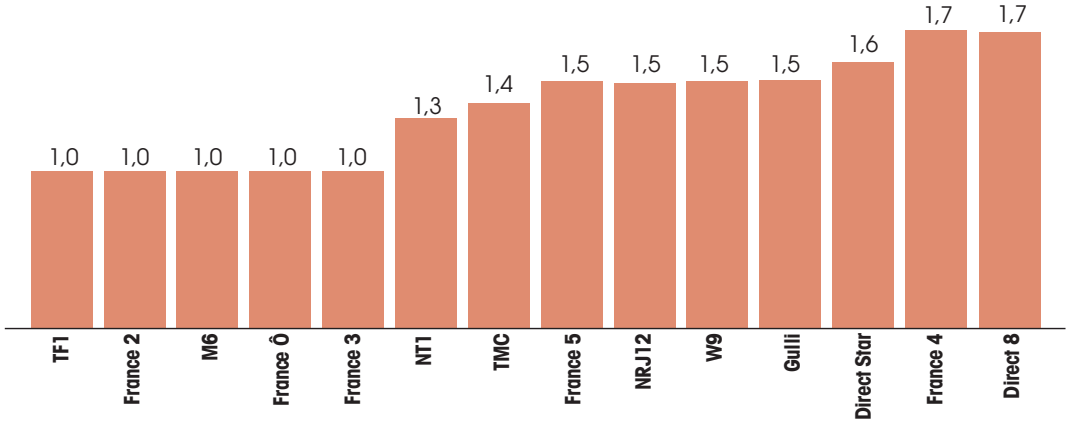


Source : CSA.

[8] Les chaînes historiques sont TF1, France 2, France 3, France 5 et M6.

Par ailleurs, le graphique ci-dessous illustre les différentes stratégies de programmation des chaînes : les nouvelles chaînes de la TNT diffusent certains films plusieurs fois au cours de la même année, là où les chaînes historiques et France Ô ne diffusent qu'une seule fois chaque film.

TAUX DE REDIFFUSION DES ŒUVRES CINÉMATOGRAPHIQUES PAR LES CHAÎNES GRATUITES EN 2011

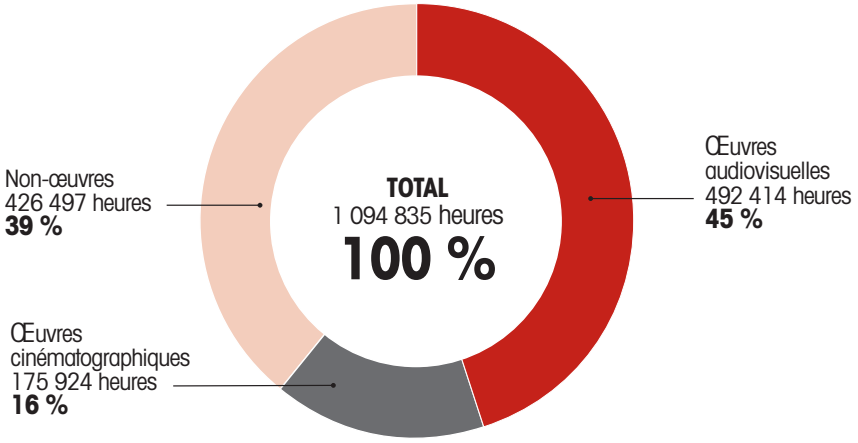


Source : CSA.

2. LES CHAÎNES PAYANTES (y compris les chaînes payantes de la TNT)

Les 118 chaînes numériques payantes [9][10] diffusées en métropole en 2011 pour lesquelles le CSA dispose de données complètes sur cet exercice ont diffusé un total de 1 094 835 heures de programmes. Cette programmation a été consacrée à hauteur de 61 % à des œuvres audiovisuelles ou cinématographiques. 20 chaînes n'ont toutefois diffusé aucune œuvre en 2011.

RÉPARTITION DE LA PROGRAMMATION DE L'ENSEMBLE DES CHAÎNES PAYANTES SELON LE TYPE DE PROGRAMMES EN 2011



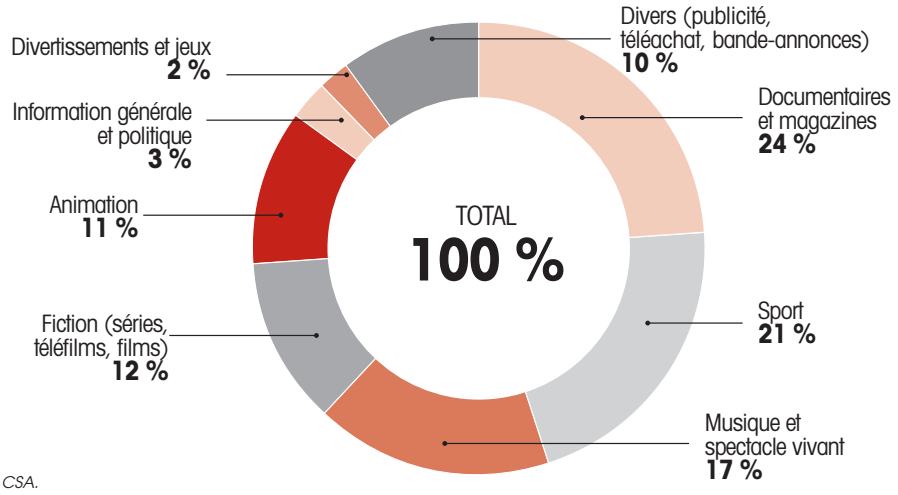
Source : CSA.

[9] Parmi ces 118 chaînes, 20 n'ont pas diffusé d'œuvres en 2011. 98 ont diffusé des œuvres et elles se répartissent entre 76 chaînes non cinéma et de paiement à la séance, 21 chaînes cinéma et un service de paiement à la séance (CanalPlay PPV).
[10] La chaîne Canal+ et ses déclinaisons, bien que juridiquement considérées comme un seul service multiplexé, sont comptabilisées dans cette partie comme étant cinq services de cinéma.

En 2011, 98 chaînes payantes ont diffusé des œuvres audiovisuelles et 52 ont diffusé des œuvres cinématographiques.

Le graphique ci-dessous présente la part des différents genres de programmes diffusés par ces chaînes (hors chaînes cinéma).

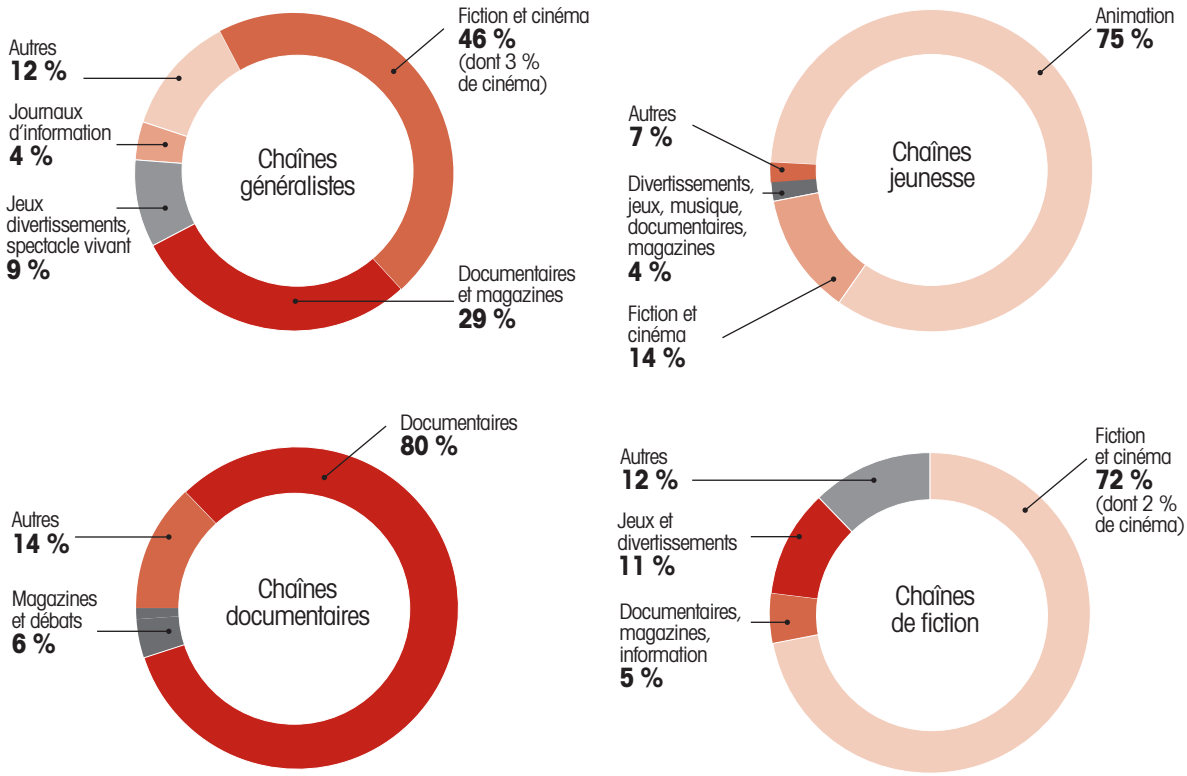
OFFRE DES 76 CHAÎNES PAYANTES AYANT DIFFUSÉ DES ŒUVRES AUDIOVISUELLES SELON LE GENRE DE PROGRAMMES EN 2011
(hors chaînes cinéma, en % des heures diffusées)



Source : CSA.

Les données du graphique précédent étant des moyennes toutes thématiques de chaînes confondues, une analyse plus fine par type de chaînes a été menée. Les graphiques ci-dessous présentent la répartition par genre de programmes des chaînes payantes appartenant aux principales thématiques, soit les chaînes généralistes (8 chaînes), les chaînes de fiction (6 chaînes), les chaînes documentaire (14 chaînes) et les chaînes jeunesse (9 chaînes).

RÉPARTITION DE LA PROGRAMMATION PAR GENRE DE PROGRAMMES SELON LA THÉMATIQUE DE LA CHAÎNE EN 2011

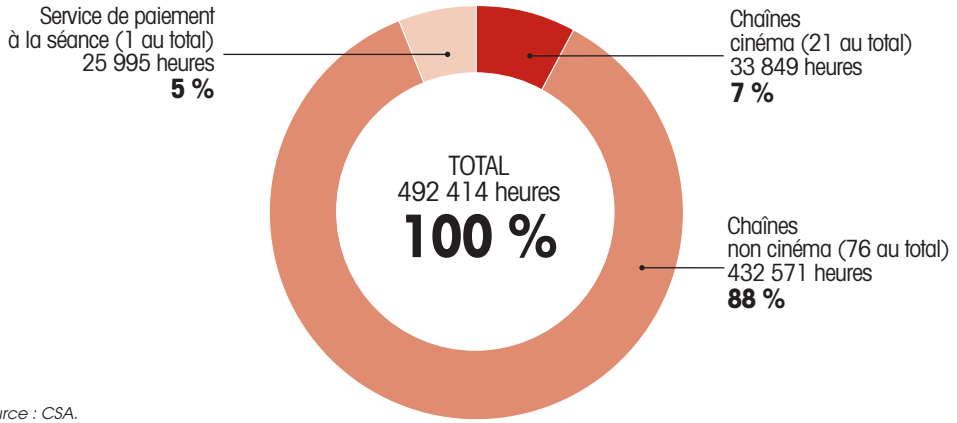


Source : CSA.

L'OFFRE D'ŒUVRES AUDIOVISUELLES

En 2011, 98 chaînes payantes ont diffusé des œuvres audiovisuelles, leur consacrant en moyenne 53 % de leur grille (soit 492 414 heures sur un total de 919 635 heures de programmes diffusés). Si l'on exclut de ces 98 chaînes les services de cinéma et de paiement à la séance, la part de la grille consacrée à la programmation d'œuvres audiovisuelles s'établit à 69 %.

OFFRE D'ŒUVRES AUDIOVISUELLES SUR LES 98 CHAÎNES DIFFUSANT DES ŒUVRES EN 2011 (en % du total des heures diffusées)



Source : CSA.

En 2011, les chaînes cinéma ont consacré en moyenne 19 % de leur programmation totale à des œuvres audiovisuelles, soit 33 849 heures. Parmi les chaînes cinéma, les cinq chaînes Canal+ sont celles qui en ont programmé la plus large proportion (26 % de la grille, soit 11 388 heures), se situant au-dessus du volume d'œuvres audiovisuelles diffusé par les cinq chaînes cinéma Orange Cinéma Séries (24 %, soit 10 210 heures). Les sept chaînes cinéma Ciné+ sont celles dont la proportion d'œuvres audiovisuelles dans la programmation totale est la plus faible (11 %), suivies par TPS Star (15 %). Les chaînes cinéma d'AB ont consacré 18 % de leur programmation à des œuvres audiovisuelles.

PART DE LA PROGRAMMATION TOTALE CONSACRÉE À LA DIFFUSION D'ŒUVRES AUDIOVISUELLES SELON LE TYPE DE CHAÎNE (en % des heures diffusées)

Type de chaînes	Part de la programmation totale consacrée aux œuvres audiovisuelles
Chaînes cinéma (21 chaînes)	19 %
Chaînes non cinéma (76 chaînes)	70 %
Service de paiement à la séance (1 service)	21 %

Source : CSA.

Les chaînes non cinéma ont consacré en moyenne 16 heures par jour à la programmation d'œuvres audiovisuelles en 2011. Le volume journalier moyen de diffusion d'œuvres audiovisuelles par les chaînes cinéma est de près de 5 heures.

L'OFFRE D'ŒUVRES CINÉMATOGRAPHIQUES

En 2011, 52 chaînes payantes ont diffusé des œuvres cinématographiques dont 21 chaînes cinéma, 30 chaînes non cinéma et une chaîne de paiement à la séance, CanalPlay PPV.

Le nombre total de diffusions d'œuvres cinématographiques s'est élevé à 105 554 pour 9 263 titres. Les chaînes cinéma ont diffusé 88 % de ce volume en nombres de titres et 65 % en nombre de diffusions.

CanalPlay PPV diffusant sur 15 canaux, elle a procédé à un nombre particulièrement important de diffusions de films, chaque titre étant en moyenne diffusé près de 236 fois.

Cependant, le nombre de diffusions par film est réglementé pour les autres catégories de services [11] :

• pour les chaînes cinéma, sept diffusions de chaque film sont autorisées au maximum pour chaque cycle de diffusion [12], avec un maximum annuel de diffusion de 500 œuvres cinématographiques différentes ;

[11] Cf. décret n° 90-66 du 17 janvier 1990.
[12] Une diffusion supplémentaire est autorisée si elle est accompagnée d'un sous-titrage destiné spécifiquement aux sourds et malentendants.

• pour les autres chaînes, un maximum de 192 diffusions d'œuvres cinématographiques de longue durée est autorisé (dont un maximum de 144 programmées entre 20 h 30 et 22 h 30). Elles peuvent cependant également diffuser, en sus de ce quantum, sous certaines conditions, 52 films d'art et essai par an.

Entre 2010 et 2011, les mouvements suivants ont été observés :

• les chaînes non cinéma ont augmenté de 9 % le nombre de titres diffusés (passant de 869 titres en 2010 à 950 titres en 2011), tout en diminuant de 5 % le nombre de diffusions (2 083 en 2010, contre 1 989 en 2011) ;

• CanalPlay PPV a diminué de 20 % le nombre de titres diffusés ainsi que le nombre de diffusions consacrées à des œuvres cinématographiques.

La programmation des chaînes cinéma, en revanche, est stable entre 2010 et 2011.

OFFRE D'ŒUVRES CINÉMATOGRAPHIQUES DES CHAÎNES PAYANTES EN 2011 (en nombre de titres et de diffusions)

Type de chaînes	Nombre de titres diffusés	Nombre de diffusions
Chaînes cinéma (21 chaînes)	8 166	68 881
Chaînes non cinéma (30 chaînes)	950	1 989
Services de paiement à la séance (1 chaîne)	147	34 684
TOTAL	**9 263**	**105 554**

Source : CSA.

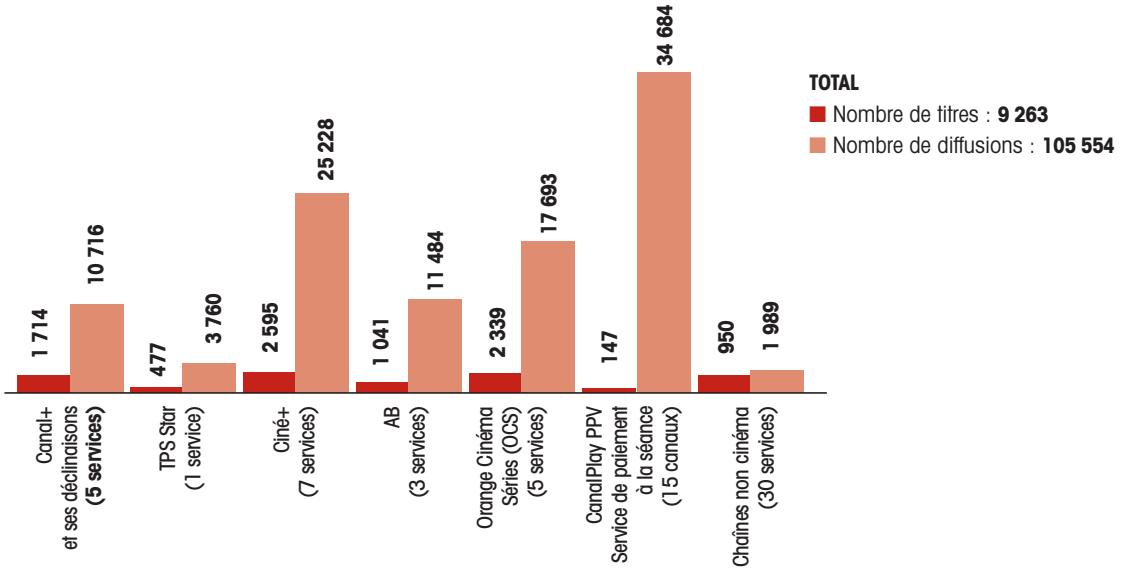
PART DE LA PROGRAMMATION TOTALE CONSACRÉE AUX ŒUVRES CINÉMATOGRAPHIQUES SELON LE TYPE DE CHAÎNE EN 2011 (en % des heures diffusées)

Type de chaînes	Part de la programmation totale consacrée aux œuvres cinématographiques
Chaînes cinéma (21 chaînes)	64 %
Chaînes non cinéma (30 chaînes)	1 %
Service de paiement à la séance (1 service)	47 %

Source : CSA.

Le graphique ci-dessous permet de constater que, sur l'ensemble des 21 chaînes cinéma, Canal+ et ses quatre déclinaisons offrent, annuellement, le volume le moins important d'œuvres cinématographiques, avec une moyenne de 2 143 diffusions de films par service, contre une moyenne de 3 635 diffusions par service pour les autres chaînes cinéma.

OFFRE D'ŒUVRES CINÉMATOGRAPHIQUES DES CHAÎNES PAYANTES EN 2011 (en nombre de titres et de diffusions)



Source : CSA.

En 2011, parmi les 30 chaînes payantes ne relevant pas de la catégorie des chaînes cinéma et de paiement à la séance qui ont diffusé des œuvres cinématographiques, seules huit ont eu une programmation régulière de films (plus de 52 titres diffusés annuellement) et sont donc assujetties à des quotas de production d'œuvres cinématographiques.

RÉPARTITION DES CHAÎNES PAYANTES NON CINÉMA DIFFUSANT DES ŒUVRES CINÉMATOGRAPHIQUES EN 2011 SELON LE NOMBRE DE TITRES DIFFUSÉS

MOINS DE 12 TITRES PAR AN	DE 13 A 24 TITRES	DE 25 A 51 TITRES	52 TITRES ET PLUS
15 chaînes : 3A Télésud Berbère TV Disney Channel Disney Channel+1 Disney Junior Disney XD Equidia Life June Mezzo L'équipe TV Ma Chaîne Etudiante Planète+ Justice Planète+ Tiji Toute l'Histoire	**5 chaînes :** Canal J Histoire Game One Ushuaïa TV XXL	**2 chaînes :** AB1 Jimmy	**8 chaînes :** Comédie+ 13ème Rue TF6 TV Breizh Téva Paris Première TV5 Monde Via Stella

Source : CSA.

LA PRODUCTION AUDIOVISUELLE AIDÉE

REMARQUES MÉTHODOLOGIQUES

Deux sources de référence permettent d'apprécier la participation des chaînes numériques dans la production de programmes audiovisuels :

• les statistiques établies par le CNC récapitulant leurs investissements dans la production d'œuvres aidées par le Compte de soutien. Elles portent sur les investissements des chaînes dans la production d'œuvres inédites de fiction, d'animation, de documentaires de création, de spectacles vivants et de magazines qui bénéficient de l'aide du CNC.

• les données du CSA, qui mesurent la contribution des éditeurs de services à la production d'œuvres audiovisuelles, au sens des décrets « production » [1], et qui intègrent à ce titre d'autres investissements dans la production que ceux de la seule production d'œuvres inédites. Ainsi, les nouveaux décrets permettent-ils de valoriser, au titre des obligations de production, certaines dépenses qui ne sont pas des dépenses de production, comme les achats de droits de diffusion, les dépenses de formation des auteurs, de financement de festivals, de promotion des œuvres, de financement de travaux d'écriture, d'adaptation des programmes aux personnes aveugles et malvoyantes, des dépenses de sauvegarde, de restauration ou de mise en valeur des œuvres de patrimoine. De même, une part des dépenses de production de programmes qui ne sont pas des œuvres (émissions majoritairement réalisées en plateau), peut, pour certaines chaînes et dans certaines conditions, être valorisée dans les obligations de production.

Par ailleurs, les dates de prise en compte d'une production inédite par le CSA ne sont pas les mêmes que celles du CNC (date de dépôt de la demande de subvention pour le CNC, date de premier versement de la dépense ou de signature du contrat de production pour le CSA) et les deux institutions n'ont pas la même définition de l'œuvre audiovisuelle, celle retenue par le CNC portant essentiellement sur les oeuvres dites « patrimoniales », tout en comprenant certains magazines d'intérêt culturel.

Les donnée annuelles rendues publiques par chacun des deux organismes sont donc de nature différente et, à ce titre, n`ont pas vocation à être comparées.

CONTRIBUTION À LA PRODUCTION AUDIOVISUELLE À PARTIR DES DONNÉES DU CSA

Pour l'année 2011 [2], les données du CSA concernant la contribution à la production audiovisuelle de l'ensemble des chaînes numériques nationales font apparaître une augmentation de 9 % des investissements réglementaires déclarés par les éditeurs de services par rapport à 2010 (842,4 contre 774 M€).

Depuis la promulgation des nouveaux décrets « production » en 2010, la répartition par type de services (chaînes hertziennes dites « historiques », chaînes de la TNT autorisées en 2003, chaînes payantes) est impossible à établir. En effet, ces nouveaux textes donnent la possibilité aux groupes audiovisuels, qui ont signé des accords professionnels en ce sens, de mettre en commun leurs dépenses de production entre toutes leurs chaînes, quel que soit leur mode de diffusion, hertzien ou non hertzien, gratuit ou payant.

Ainsi, pour les groupes TF1, Canal+ et Lagardère, leurs contributions respectives à la production audiovisuelle mettent en commun les contributions d'éditeurs hertziens et non hertziens, gratuits et payants.

Au titre de l'exercice 2011, les investissements réels de l'ensemble des éditeurs de services pour l'acquisition de droits pour des œuvres audiovisuelles [3] déclarées au titre de la contribution au développement de la production audiovisuelle s'élèvent à 835,9 M€ [4] :

• dont 794,7 M€ en faveur des œuvres dites « patrimoniales » [5] ;

• dont 773,3 M€ en faveur des préachats et/ou de la coproduction (production inédite).

---

(1) Décret n°2010-747 du 2 juillet 2010 pour les chaînes diffusées par voie hertzienne terrestre et décret n° 2010-416 du 27 avril 2010 pour les chaînes diffusées sur le câble, le satellite, l'ADSL et sur internet.

(2) L'exercice 2011 a été la deuxième année où l'ensemble des éditeurs de services, hertziens et non hertziens, étaient soumis aux nouveaux décrets – publiés en 2010 – régissant la contribution des éditeurs au développement de la production audiovisuelle, après la signature des accords professionnels avec les organisations représentatives de l'industrie audiovisuelle.

(3) Les montants pris en compte au titre de la contribution ne reflètent pas exactement les dépenses réelles dans la mesure où la nouvelle réglementation :
- a mis en place des mécanismes de bonification et de minoration de certaines dépenses ;
- limite la prise en compte de certaines dépenses, notamment pour les œuvres européennes qui ne sont pas d'expression originale française ;
- permet, pour certains éditeurs, de prendre en compte de nouvelles dépenses - autres que préachats, coproductions, achats de droits et conventions d'écriture – comme les dépenses de formation des auteurs, financement de festivals, promotion des œuvres, ou encore d'audiodescription.

(4) Ce montant est différent de celui retenu au titre de la contribution réglementaire des éditeurs au développement de la production audiovisuelle (842,4 M€), qui intègre l'ensemble des dépenses prévues dans le décret (dépenses d'écriture affectées parfois d'un coefficient multiplicateur, dépenses de formation des auteurs, de financement de festivals, de promotion des œuvres et d'audiodescription, dépenses en faveur des émissions de plateau…).

(5) Les nouveaux décrets « production » ont notamment instauré, pour tous les éditeurs de services, une obligation d'investissement dans les œuvres dites « patrimoniales » : fiction, animation, documentaires de création, y compris ceux qui sont insérés au sein d'une émission autre qu'un journal télévisé ou une émission de divertissement, vidéomusiques et captation ou recréation de spectacles vivants.

Les dépenses en faveur de la production d'œuvres audiovisuelles déclarées par les groupes audiovisuels dits « historiques » (TF1, M6, France Télévisions et Canal+) s'élèvent à 782,8 M€ (contre 724 M€ en 2010), soit 94 % de la contribution totale de l'ensemble des éditeurs de services.

Il est à noter que les contributions des groupes TF1 et Canal+, du groupement de services OCS (anciennement Orange Cinéma Séries) et de France Télévisions portent entièrement sur les œuvres « patrimoniales ». Parmi les groupes audiovisuels dits « historiques », seul M6 a opté pour un régime de contribution à la production audiovisuelle qui n'est pas uniquement consacré aux œuvres « patrimoniales » et qui ne met pas en commun sa contribution avec celle des autres services édités par le même groupe.

Les dépenses consacrées à la production inédite d'œuvres européennes ou d'expression originale française (préachats et coproductions) déclarées par les groupes audiovisuels dits « historiques » s'élèvent à 740,9 M€, soit 96 % de la contribution totale de l'ensemble des éditeurs de services à la production inédite (773,3 M€).

Le tableau ci-dessous présente la contribution à la production audiovisuelle des éditeurs soumis aux dispositions des décrets n° 2010-747 du 2 juillet 2010 et n° 2010-416 du 27 avril 2010, ainsi que les investissements déclarés au titre de la production inédite [6].

CONTRIBUTION À LA PRODUCTION AUDIOVISUELLE EUROPÉENNE ET D'EXPRESSION ORIGINALE FRANÇAISE EN 2011

	Contribution à la production audiovisuelle	En % de la contribution totale	Investissements dans la production inédite	En % par rapport à la contribution du groupe
Groupe TF1 [7]	197 M€	24 %	175,3 M€	89 %
FRANCE TÉLÉVISIONS [8]	406 M€	49 %	399,8 M€	98 %
GROUPE CANAL+ [9]	72,6 M€	9 %	67,8 M€	91 %
GROUPE M6 [10]	107,2 M€ dont 75 M€ déclarés au titre des œuvres patrimoniales	13 %	98 M€	91 %
GROUPE LAGARDÈRE	11,3 M€	1 %	7,6 M€	67 %
GROUPE BOLLORÉ [10]	7,2 M€	1 %	4,2 M€	58 %
GROUPE DISNEY	5,1 M€	-	4,0 M€	78 %
NRJ 12	6,3 M€	-	3,6 M€	57 %
GROUPE AB	4,8 M€	-	2,9 M€	60 %
OCS	4,0 M€	-	2,9 M€	73 %
AUTRES ÉDITEURS	14,4 M€	2 %	7,2 M€	50 %
TOTAL	**835,9 M€**	**100 %**	**773,3 M€**	**93 %**

Source : CSA. Ce tableau contient des arrondis .

CONTRIBUTION À LA PRODUCTION CINÉMATOGRAPHIQUE À PARTIR DES DONNÉES DU CSA

Au titre de l'exercice 2011, les investissements déclarés par les éditeurs de services au titre de la contribution à la production d'œuvres cinématographiques européennes ou d'expression originale française s'élèvent à 462,4 M€, dont 355,7 M€ d'investissements en préfinancement.

Les dépenses pour des œuvres cinématographiques d'expression originale française ont représenté 375,3 M€, dont 329,4 M€ investis en préfinancement.

---

[6] Les nouveaux décrets n'ont pas assujetti les chaînes à des obligations de production d'œuvres inédites. Certaines, comme TF1 ou M6 par exemple, se sont toutefois engagées dans leur convention signée avec le CSA à y consacrer une part de leurs obligations.
[7] Groupe TF1 : TF1, NT1, TMC, histoire, Stylia, Ushuaïa TV, TV Breizh.
[8] France Télévisions : France 2, France 3, France 4, France 5, France Ô, Outre-mer 1ère.
[9] Groupe Canal+ : Canal+, Comédie+, Planète+, Planète+ No Limit, Planète+ Justice, Planète+ Thalassa, Seasons, Jimmy+.
[10] Les montants déclarés par les chaînes des groupes M6 et Bolloré sont présentés ici de manière agrégée ; pour autant, ces éditeurs ne pratiquent pas la mise en commun de leurs obligations.

Le tableau ci-dessous présente la contribution à la production cinématographique des éditeurs soumis aux dispositions des décrets n° 2010-747 du 2 juillet 2010 et n° 2010-416 du 27 avril 2010.

CONTRIBUTION À LA PRODUCTION CINÉMATOGRAPHIQUE EUROPÉENNE ET D'EXPRESSION ORIGINALE FRANÇAISE EN 2011

	Contribution à la production cinématographique européenne	En % de la contribution totale
SERVICES AUTRES QUE DE CINÉMA :	**151,3 M€**	**33 %**
Services hertziens gratuits	*144,6 M€*	*32 %*
Services hertziens payants	*1,5 M€*	*-*
Services non hertziens	*5,2 M€*	*1 %*
SERVICES DE CINÉMA :	**311,1 M€**	**67 %**
Services hertziens (Canal+ [11] et TPS Star)	*241,9 M€*	*52 %*
Services non hertziens	*69,2 M€*	*15 %*
TOTAL	**462,4 M€**	**100 %**

Source : CSA. Ce tableau contient des arrondis.

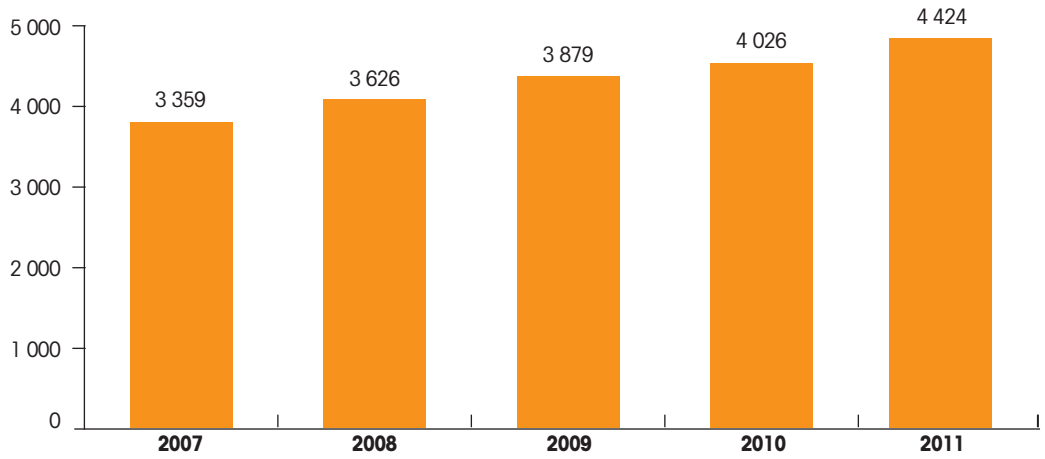
Près de 88 % des 144,6 M€ investis par les éditeurs hertziens gratuits l'ont été par les éditeurs « historiques ». Ils sont répartis comme suit : les investissements du service TF1 se sont élevés à 44,9 M€, ceux du groupe France Télévisions à 63,4 M€ et ceux du service M6 à 18,8 M€.

1. ÉQUILIBRE GLOBAL DE LA PRODUCTION AUDIOVISUELLE AIDÉE [12]

En 2011, l'ensemble des chaînes (chaînes gratuites, payantes et web [13]) a commandé 4 424 heures de programmes audiovisuels aidés, contre 4 026 heures en 2010, soit une progression de 9,9 %.

La plus importante augmentation est observable auprès des chaînes web, dont la commande passe de 15 heures en 2010 à 81 heures en 2011 (incluant 70 heures pour Arte Live Web).

NOMBRE D'HEURES* D'ŒUVRES AUDIOVISUELLES AIDÉES COMMANDÉES PAR LES CHAÎNES

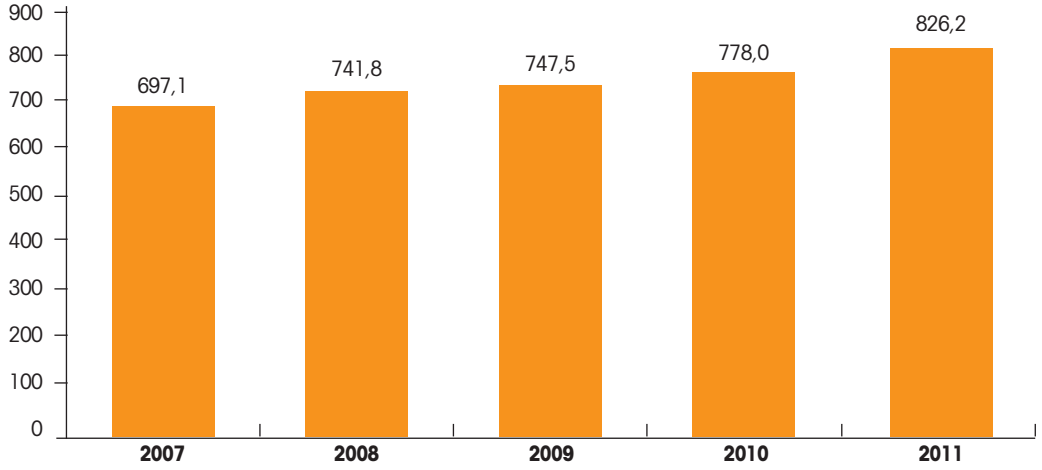


** Heures en tant que premier investisseur.*
Source : CNC.

[11] Canal+ a investi 181,2 M€ dans le préachat d'œuvres cinématographiques européennes ou EOF en 2011, sur une contribution globale de 220,5 M€.
[12] Les données des parties 1, 2, 3 et 4 proviennent du CNC.
[13] Les données de ce chapitre n'intègrent pas les investissements dans la production audiovisuelle aidée des chaînes locales.

Avec 826,2 M€ d'investissements en 2011, contre 778,0 M€ en 2010, les apports des chaînes sont en augmentation de 6,2 %. Cette hausse est portée par l'investissement croissant des chaînes payantes (+33,6 % entre 2010 et 2011).

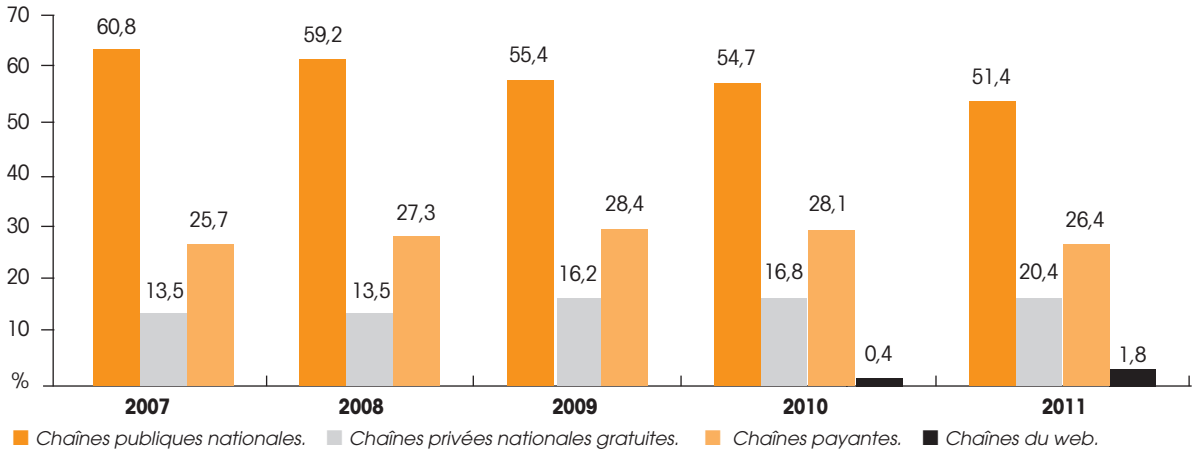
ÉVOLUTION DES APPORTS DES CHAÎNES DANS LES ŒUVRES AUDIOVISUELLES AIDÉES (en M€)



** Apports tous rangs de diffusion confondus.*
Source : CNC.

Les chaînes nationales gratuites initient 71,8 % du nombre d'heures commandées par l'ensemble des chaînes en 2011. Les chaînes payantes commandent 26,4 % du volume horaire de programmes audiovisuels aidés. Il convient de signaler qu'en 2011, quatre chaînes accessibles uniquement sur internet participent au financement de programmes audiovisuels. Elles initient 1,8 % du volume d'heures commandées par les diffuseurs en 2011 (hors chaînes locales).

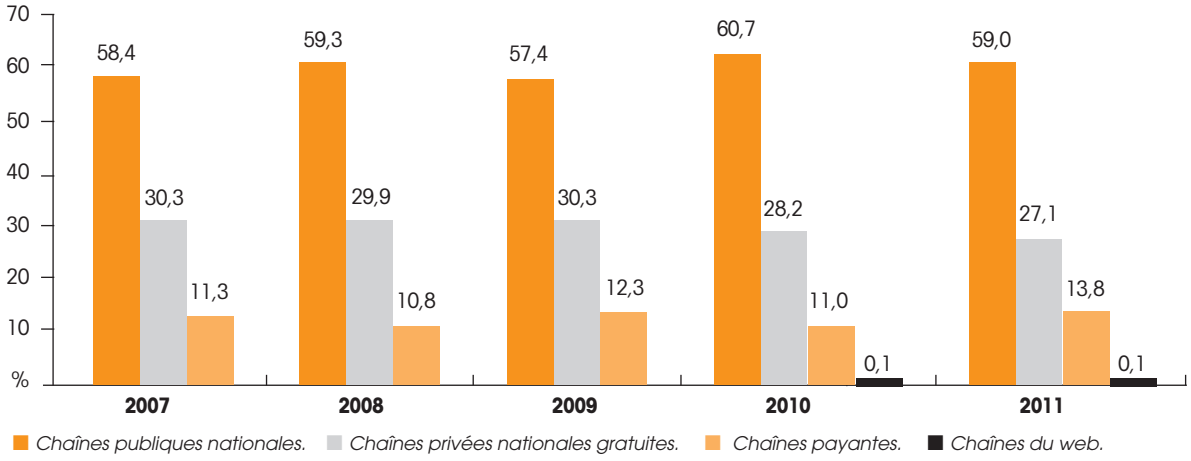
RÉPARTITION DU VOLUME HORAIRE D'ŒUVRES AIDÉES SELON LE TYPE DE CHAÎNES (en %)



Source : CNC.

En 2011, les chaînes nationales gratuites (hors chaînes web) financent la production audiovisuelle aidée à hauteur de 711,5 M€, soit 86,1 % de l'ensemble des investissements des chaînes. La participation des chaînes payantes représente 13,8 % des investissements des diffuseurs, soit 2,8 points de plus qu'en 2010. Les chaînes web participent à hauteur de 0,9 M€, soit 0,1 % des investissements totaux.

RÉPARTITION DES INVESTISSEMENTS DANS LES ŒUVRES AIDÉES SELON LE TYPE DE CHAÎNES (en %)



Source : CNC.

APPORTS* DANS LES ŒUVRES AUDIOVISUELLES AIDÉES SELON LE TYPE DE CHAÎNES (en M€)

	2007	2008	2009	2010	2011	% **	Évolution 2010/2011
Chaînes publiques	407,3	439,8	429,0	472,1	487,4	59,0	+3,2 %
Chaînes privées	211,3	221,6	226,1	219,7	224,1	27,1	+2,0 %
Chaînes web	-	-	0,3	1,0	0,9	0,1	-10,0 %
Chaînes nationales gratuites	**618,6**	**661,4**	**655,4**	**692,8**	**712,4**	**86,2**	**+2,8 %**
Canal+	50,6	48,0	57,4	44,5	71,2	8,6	+60,0 %
Chaînes du câble, satellite et TNT payante	27,9	32,4	34,7	40,7	42,6	5,2	+4,8 %
Chaînes payantes	**78,5**	**80,4**	**92,1**	**85,2**	**113,8**	**13,8**	**+33,6 %**
TOTAL	**697,1**	**741,8**	**747,5**	**778,0**	**826,2**	**100,0**	**+6,2 %**

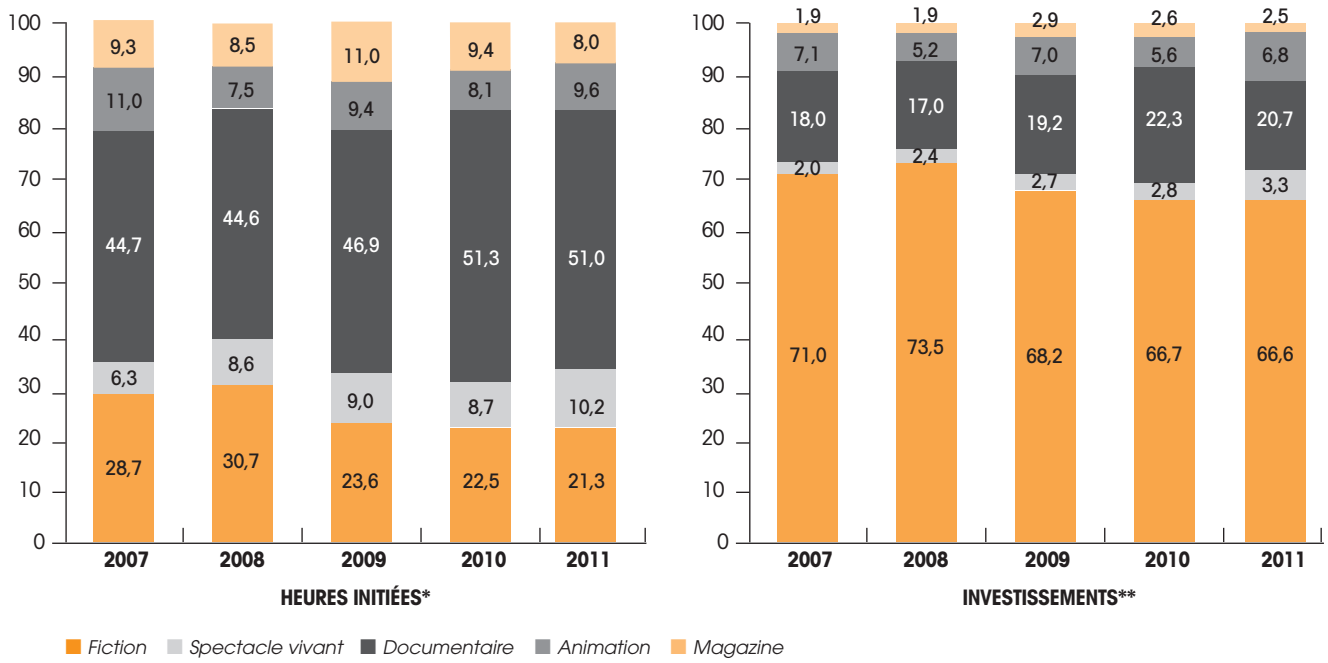
** Apports tous rangs de diffusion confondus.*
*** Part des apports dans l'ensemble des chaînes en 2011 (hors chaînes locales).*
Source : CNC.

2. CONTRIBUTION DES CHAÎNES NATIONALES GRATUITES [14]

En 2011, les chaînes nationales gratuites sont à l'origine de 3 176 heures de programmes aidés, soit une progression de 10,3 % par rapport à 2010. L'animation et le spectacle vivant augmentent tout particulièrement en 2011, respectivement de 30,9 % et de 28,4 %, mais le documentaire reste le premier genre soutenu, représentant plus de la moitié du volume initié par les chaînes nationales gratuites. Les apports des chaînes nationales gratuites passent de 691,8 M€ à 711,5 M€ entre 2010 et 2011, soit une progression de 2,9 %. Dans le même temps, les investissements dans le genre documentaire diminuent de 4,2 %.

[14] Les heures et les investissements des chaînes web ne sont pas comptabilisées.

RÉPARTITION DES HEURES INITIÉES ET DES INVESTISSEMENTS DES CHAÎNES NATIONALES GRATUITES (en %) [15]



** Heures en tant que premier diffuseur.*
*** Tous rangs de diffusion confondus.*
Source : CNC.

Les chaînes publiques nationales initient 2 275 heures (+3,3 % par rapport à 2010), soit 51,4 % du volume total aidé en 2011 (54,7 % en 2010). Tous rangs de diffusion confondus, elles investissent 487,4 M€ (+3,2 %), soit 59,0 % de l'ensemble des apports des diffuseurs, contre 60,7 % en 2010. En 2011, les chaînes du groupe France Télévisions commandent 1 835 heures de programmes en tant que premiers diffuseurs, soit une augmentation de 1,6 % par rapport à 2010. Elles y consacrent 419,0 M€ tous rangs de diffusion confondus, soit 1,1 % de plus que l'année précédente et 50,7 % des investissements totaux des chaînes.

Les chaînes privées nationales gratuites initient 901 heures, soit une hausse de 33,2 % par rapport à 2010. Ce volume représente 20,4 % du volume total aidé en 2010 (16,8 % en 2010). Tous rangs de diffusion confondus, leurs investissements s'élèvent à 224,1 M€ (+2,0 %), soit 27,1 % des apports totaux des diffuseurs en 2011 (28,2 % en 2010). En 2011, les chaînes privées historiques (TF1 et M6) enregistrent une hausse en volume (+14,0 %) mais une légère baisse en valeur (-1,8 %). Leur part dans les heures totales aidées passe de 11,4 % en 2010 à 11,8 % en 2011. Elles couvrent 25,1 % des investissements totaux des diffuseurs en 2011, contre 27,2 % en 2010.

En 2011, sept chaînes privées gratuites de la TNT sont à l'origine de 379 heures de programmes en tant que premiers diffuseurs, soit une progression de 73,4 % par rapport à 2010. Leurs apports sont multipliés par deux à 16,6 M€, accompagnant la hausse de leurs audiences et de leurs recettes.

ŒUVRES AUDIOVISUELLES INITIÉES PAR LES CHAÎNES NATIONALES GRATUITES [15]

HEURES (*)	2007	2008	2009	2010	2011	% (**)	Évolution 2010 -2011
Fiction	717	809	656	649	675	88,3	+4,1 %
Spectacle vivant	156	227	250	252	323	59,9	+28,4 %
Documentaire	1 115	1 177	1 303	1 475	1 618	67,7	+9,7 %
Animation	275	199	262	233	305	86,5	+30,9 %
Magazine	231	225	307	270	255	67,4	-5,6 %
TOTAL	**2 495**	**2 636**	**2 778**	**2 879**	**3 176**	**71,8**	**+10,3 %**

** Heures en tant que premier diffuseur.*
*** Part dans l'ensemble des heures aidées par les chaînes en 2011 (hors chaînes locales).*
Source : CNC.

[15] Les heures des chaînes web ne sont pas comptabilisées.

INVESTISSEMENT DES CHAÎNES NATIONALES GRATUITES DANS LES ŒUVRES AUDIOVISUELLES AIDÉES [16]

M€ (*)	2007	2008	2009	2010	2011	% (**)	Évolution 2010 - 2011
Fiction	439,1	485,9	446,7	461,4	473,7	88,3	+2,7 %
Spectacle vivant	12,2	16,1	17,6	19,1	23,6	83,2	+23,6 %
Documentaire	111,6	112,4	126,0	154,1	147,6	81,8	-4,2 %
Animation	43,9	34,2	46,0	39,0	48,7	84,3	+24,8 %
Magazine	11,8	12,8	18,8	18,3	18,0	77,1	-1,3 %
TOTAL	**618,6**	**661,4**	**655,1**	**691,8**	**711,5**	**86,1**	**+2,9 %**

** Apports tous rangs de diffusion confondus.*
*** Part dans l'ensemble des investissements des chaînes en 2011 (hors chaînes locales).*
Source : CNC.

3. CONTRIBUTION DES CHAÎNES PAYANTES

En 2011, 56 chaînes payantes (y compris Canal+) financent des œuvres audiovisuelles aidées par le CNC, contre 58 en 2010. En 2011, ces chaînes commandent 1 167 heures de programmes audiovisuels, soit 3,1 % de plus qu'en 2010.

ŒUVRES AUDIOVISUELLES INITIÉES PAR LES CHAÎNES PAYANTES

HEURES (*)	2007	2008	2009	2010	2011	% (**)	Évolution 2010 -2011
Fiction	85	99	84	74	89	11,7	+21,0 %
Spectacle vivant	76	101	160	214	158	29,3	-26,0 %
Documentaire	515	643	668	696	758	31,7	+8,9 %
Animation	35	58	83	82	48	13,5	-41,8 %
Magazine	154	89	106	67	115	30,3	+70,9 %
TOTAL	**864**	**990**	**1 101**	**1 132**	**1 167**	**26,4**	**+3,1 %**

** Heures en tant que premier diffuseur.*
*** Part dans l'ensemble des heures aidées par les chaînes en 2011 (hors chaînes locales).*
Source : CNC.

Portés par Canal+, les investissements des chaînes payantes dans les programmes audiovisuels aidés augmentent de 33,6 % entre 2010 et 2011 (+59,9 % pour Canal+). Cette hausse concerne principalement le magazine et la fiction qui affichent une augmentation respective de 81,9 % et 70,1 % sur la période.

INVESTISSEMENT DES CHAÎNES PAYANTES DANS LES ŒUVRES AUDIOVISUELLES AIDÉES

M€ (*)	2007	2008	2009	2010	2011	% (**)	Évolution 2010 -2011
Fiction	47,4	42,2	46,0	36,8	62,6	11,7	+70,1 %
Spectacle vivant	1,8	2,4	3,6	3,9	4,0	14,2	+2,9 %
Documentaire	19,0	26,9	28,1	30,3	32,8	18,2	+8,2 %
Animation	5,9	5,7	9,8	11,2	9,1	15,7	-19,4 %
Magazine	4,5	3,2	4,6	2,9	5,3	22,8	+81,9 %
TOTAL	**78,5**	**80,4**	**92,1**	**85,2**	**113,8**	**13,8**	**+33,6 %**

** Apports tous rangs de diffusion confondus.*
*** Part dans l'ensemble des investissements des chaînes en 2011 (hors chaînes locales).*
Source : CNC.

[16] Les investissements des chaînes web ne sont pas comptabilisées.

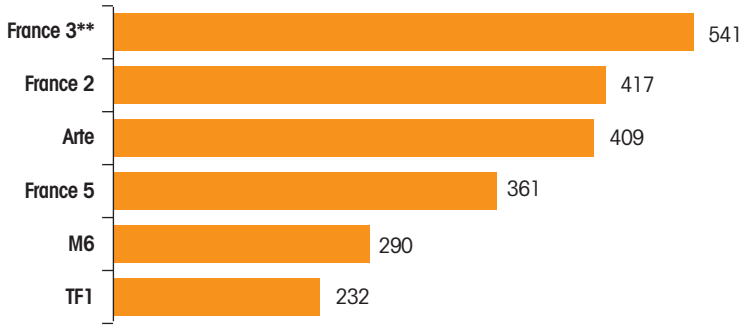
Canal+ est à l'origine de 17,5 % des commandes des chaînes payantes en 2011 (13,7 % en 2010) et apporte 62,5 % des investissements totaux des chaînes payantes (52,3 % en 2010). La chaîne cryptée augmente particulièrement ses interventions dans la fiction (+90,2 % à 54,7 M€).

Le volume de commandes des chaînes payantes du câble, du satellite, de l'ADSL et de la TNT (hors Canal+) s'élève à 963 heures, en baisse de 1,4 % par rapport à 2010. Ces chaînes apportent 42,6 M€ à la production de leurs programmes, soit une hausse de 4,8 % par rapport à 2010.

4. LES CHAÎNES LES PLUS ACTIVES EN TERMES DE COMMANDES

Avec 541 heures en tant que premier diffuseur en 2011, France 3 (hors France 3 Régions) demeure la première chaîne en termes de volume de commandes. Première chaîne privée, M6 arrive en cinquième position, affichant une commande près de deux fois inférieure à celle de France 3.

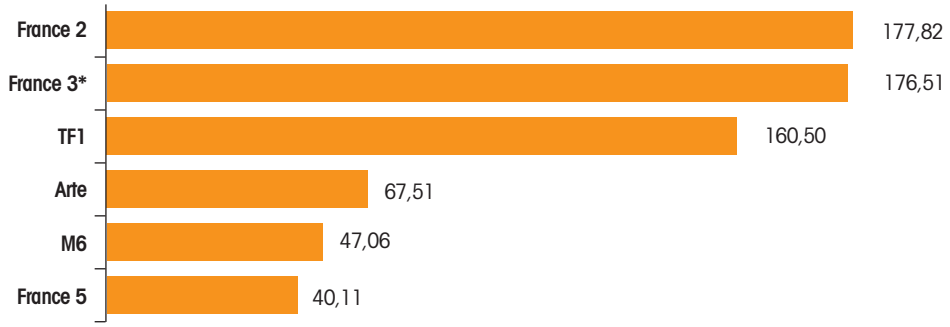
LES CHAÎNES NATIONALES GRATUITES LES PLUS ACTIVES EN TERMES D'HEURES COMMANDÉES EN 2011* (en M€)



** En tant que premier diffuseur.*
***Hors France 3 Régions (231 heures en 2011).*
Source : CNC.

En termes d'investissements, la hiérarchie des chaînes historiques gratuites est différente de celle des volumes. France 2 investit 177,8 M€ dans la production audiovisuelle, devant France 3 qui, avec 176,5 M€, investit plus que TF1 (160,5 M€) pour la première fois depuis 2007. Parmi les six chaînes investissant le plus, seules France 3 et Arte augmentent leurs investissements entre 2010 et 2011 (respectivement de +11,4 % et +17,9 %).

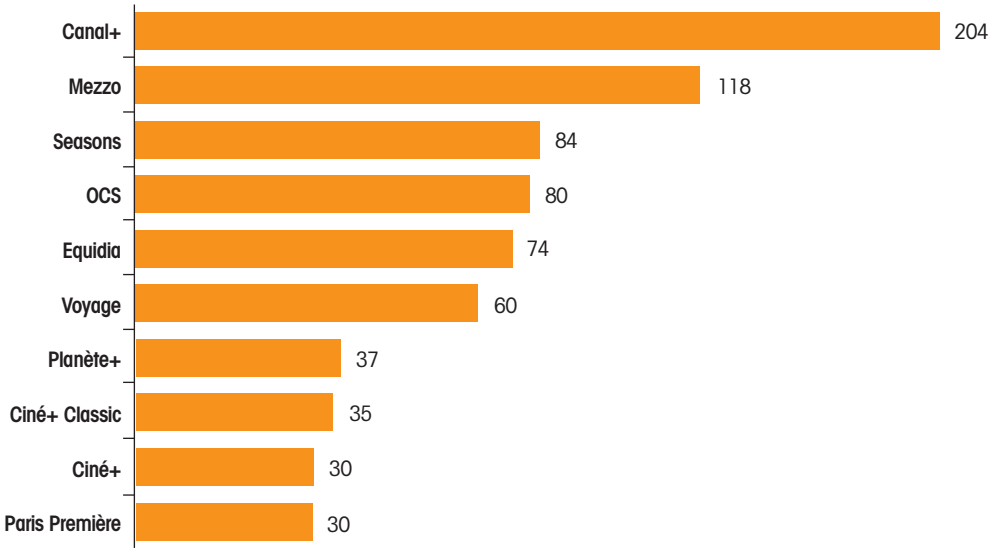
LES CHAÎNES NATIONALES GRATUITES LES PLUS ACTIVES EN TERMES D'INVESTISSEMENTS EN 2011 (en M€)



** Hors France 3 Régions (11,83 M€ en 2011).*
Source : CNC.

Les volumes horaires initiés par les chaînes payantes demeurent plus limités que ceux des chaînes gratuites. En 2011, Mezzo reste la première chaîne thématique en volume, avec 118 heures initiées, contre 149 heures en 2010. Equidia arrive en cinquième position en 2011, grâce à une augmentation de 141,4 % de ses commandes.

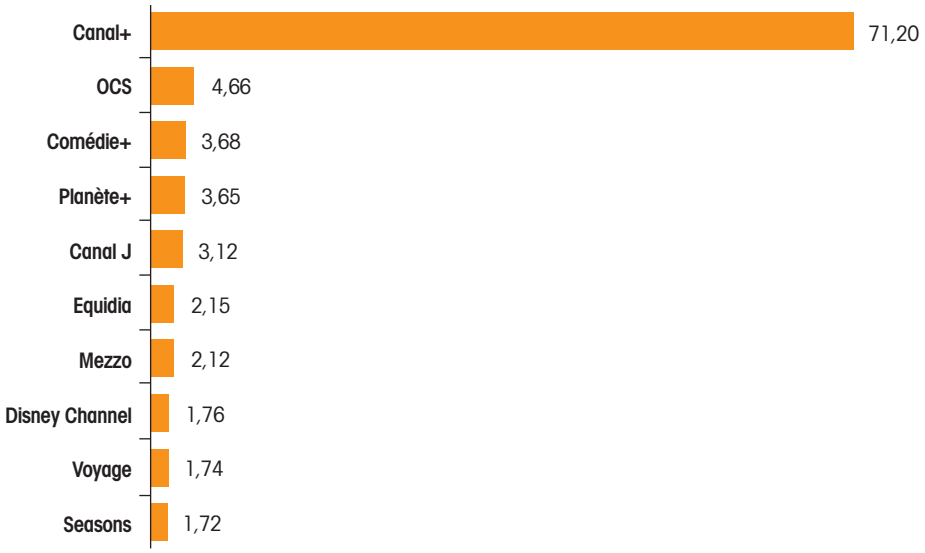
LES 10 PREMIÈRES CHAÎNES PAYANTES LES PLUS ACTIVES EN TERMES D'HEURES COMMANDÉES EN 2011 *



** En tant que premier diffuseur.*
Source : CNC.

Après Canal+, OCS (anciennement Orange Cinéma Séries) est la plus dynamique des chaînes thématiques en termes d'investissements, avec un apport total de 4,66 M€ en 2011 (+12,8 % par rapport à 2010) pour 80 heures de programmes en tant que premier diffuseur (72 heures en 2010). Canal J et Equidia ont respectivement augmenté leurs investissements de 238,0 % et 112,9 %, tandis que Disney Channel les a réduit de 49,8 % en 2011 (à 1,76 M€).

LES 10 PREMIÈRES CHAÎNES PAYANTES LES PLUS ACTIVES EN TERMES D'INVESTISSEMENTS EN 2011 (en M€)

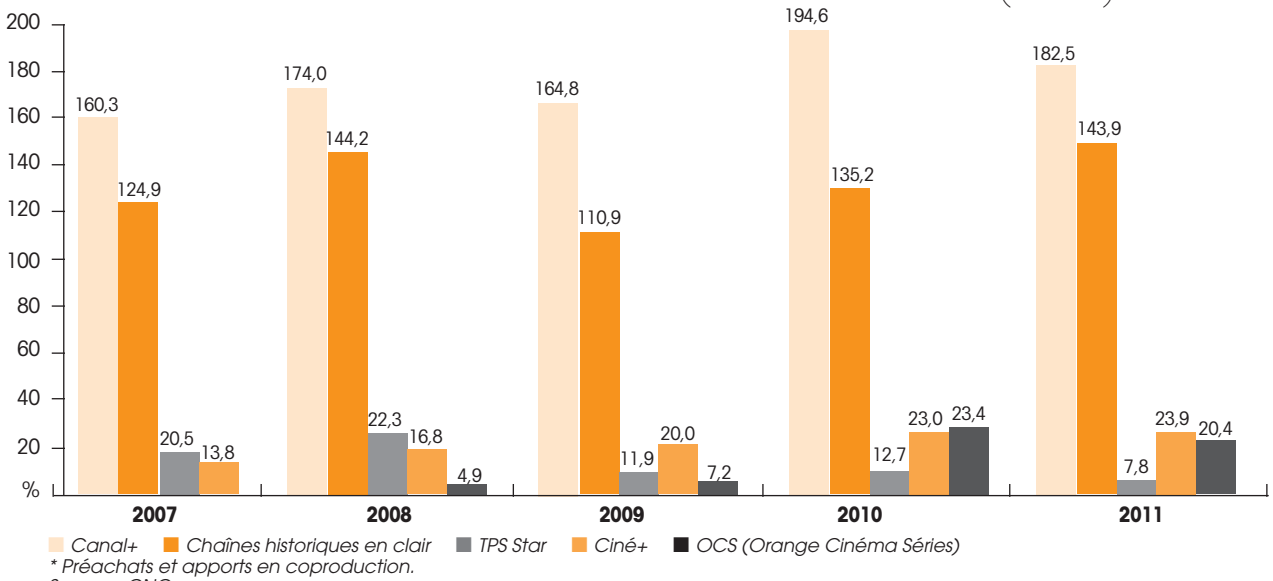


Source : CNC.

5. LES ENGAGEMENTS FINANCIERS DES CHAÎNES DANS LA PRODUCTION CINÉMATOGRAPHIQUE

Seuls apparaissent dans ces résultats les investissements dans les films dont la production a débuté (agrément des investissements) ou s'est achevée durant l'année (agrément de production). Ce calendrier explique les éventuelles distorsions avec les montants d'investissement déclarés chaque année par les chaînes au CSA. Les évolutions sont donc à considérer avec précaution, notamment au regard des obligations de production. En 2011, Canal+ demeure la chaîne qui investit le plus dans la production cinématographique malgré un engagement financier en recul. Le montant atteint 182,47 M€, contre 194,57 M€ en 2010 (-6,2 %). La somme des engagements des chaînes en clair reste en-deçà avec 143,88 M€ investis en 2011, soit une hausse de 6,4 % par rapport à l'année précédente.

MONTANTS INVESTIS* PAR LES CHAÎNES HISTORIQUES ET LES CHAÎNES CINÉMA DANS LA PRODUCTION CINÉMATOGRAPHIQUE AGRÉÉE PAR LE CNC (en M€)



** Préachats et apports en coproduction.*
Source : CNC.

LES INVESTISSEMENTS DES CHAÎNES HISTORIQUES EN CLAIR

En 2011, parmi les 272 films agréés, les chaînes historiques en clair financent au total 116 films dont 107 films d'initiative française (121 films dont 102 d'initiative française en 2010). Trois films d'initiative française sont financés simultanément par deux diffuseurs historiques en clair : *Astérix chez les Bretons, Populaire* et *Le Prénom*. Un seul film était dans ce cas en 2010. En 2011, aucun film d'initiative française ne fait l'objet d'un préachat de droits de diffusion de la part d'une chaîne historique en clair sans qu'il soit accompagné d'un financement en coproduction. Un film était dans ce cas en 2010.

NOMBRE DE FILMS FINANCÉS PAR LES CHAÎNES HISTORIQUES EN CLAIR

	2007	2008	2009	2010	2011
TF1	20	20	13	20	17
FRANCE 2	27	33	28	35	40
FRANCE 3	25	28	19	31	31
M6	15	10	8	6	9
ARTE	22	14	22	30	22
TOTAL*	**104**	**99**	**87**	**121**	**116**

** La somme des films peut être différente du total, quand plusieurs chaînes ont investi simultanément dans un même film.*
Source : CNC.

Le volume global d'investissement des chaînes historiques en clair enregistre une progression de 6,4 % en 2011, pour un nombre de films concernés en diminution de 4,1 % (-5 films). Avec 143,88 M€, l'intervention de ces dernières atteint le deuxième niveau le plus élevé de la décennie, après celui de 2008. La hausse constatée par rapport à 2010

profite principalement aux films d'initiative française pour lesquels les investissements des chaînes historiques en clair progressent de 12,9 % par rapport à 2010. Les diffuseurs peuvent consacrer jusqu'à 0,7 % de leur chiffre d'affaires à la production d'œuvres européennes tournées dans une autre langue que le français. En 2011, l'intervention des chaînes dans ce type de films s'élève à 11,95 M€ pour 18 films (16,40 M€ pour 21 films en 2010).

Les investissements des chaînes historiques en clair sont constitués à 66,2 % par des préachats de droits de diffusion (67,1 % en 2010). La part des apports en coproduction varie selon les chaînes. En 2011, elle s'élève à 17,8 % sur M6 et à 18,4 % sur TF1. Elle est plus forte sur les chaînes publiques à 44,1 % sur France 3, 45,6 % sur France 2 et 63,7 % sur Arte.

INVESTISSEMENTS DES CHAÎNES HISTORIQUES EN CLAIR DANS LA PRODUCTION CINÉMATOGRAPHIQUE AGRÉÉE PAR LE CNC (en M€)

	2007	2008	2009	2010	2011	Évolution 2010 -2011
Préachats	84,97	102,61	73,96	90,77	95,19	+4,9 %
Apports en coproduction	39,96	41,64	36,94	44,45	48,69	+9,5 %
TOTAL	**124,92**	**144,24**	**110,90**	**135,22**	**143,88**	**+6,4 %**

Source : CNC.

PRÉACHATS DES CHAÎNES HISTORIQUES EN CLAIR DANS LA PRODUCTION CINÉMATOGRAPHIQUE AGRÉÉE PAR LE CNC (en M€)

	2007	2008	2009	2010	2011	Évolution 2010 -2011
TF1	32,45	44,50	29,46	40,05	42,29	+5,6 %
France 2	19,02	24,97	18,57	20,88	23,38	+12,0 %
France 3	13,10	14,84	10,33	14,02	15,40	+9,8 %
M6	17,67	16,61	12,93	11,97	11,27	-5,8 %
Arte	2,74	1,69	2,68	3,86	2,85	-26,1 %
TOTAL	**84,97**	**102,61**	**73,96**	**90,77**	**95,19**	**+4,9 %**

Source : CNC.

APPORTS EN COPRODUCTION DES CHAÎNES HISTORIQUES EN CLAIR DANS LA PRODUCTION CINÉMATOGRAPHIQUE AGRÉÉE PAR LE CNC (en M€)

	2007	2008	2009	2010	2011	Évolution 2010 -2011
TF1	8,65	8,41	7,70	8,78	9,53	+8,6 %
France 2	12,09	14,33	12,01	14,46	19,57	+35,3 %
France 3	10,40	11,76	8,03	12,25	12,15	-0,8 %
M6	5,01	4,55	4,04	2,55	2,44	-4,5 %
Arte	3,82	2,59	5,17	6,42	5,00	-22,1 %
TOTAL	**39,96**	**41,64**	**36,94**	**44,45**	**48,69**	**+9,5 %**

Source : CNC.

Les devis moyens des films financés par les chaînes historiques en clair sont particulièrement élevés, notamment pour TF1 dont le devis moyen des films préachetés atteint 15,51 M€ en 2011. Seuls les devis des films financés par M6 et Arte baissent entre 2010 et 2011. Les investissements des chaînes historiques en clair couvrent en moyenne 19,7 % des devis des films financés par la chaîne pour TF1, 13,7 % pour Arte, 13,3 % pour M6, 11,2 % pour France 2 et 10,9 % pour France 3.

DEVIS MOYENS DES FILMS FINANCÉS PAR LES CHAÎNES HISTORIQUES EN CLAIR (en M€)

	2007	2008	2009	2010	2011	Évolution 2010 -2011
TF1	**11,24**	**19,78**	**15,04**	**14,23**	**15,51**	**+9,0 %**
FRANCE 2	8,75	10,10	9,47	9,61	9,88	+2,8 %
FRANCE 3	8,53	10,34	8,58	7,54	7,95	+5,4 %
M6	14,37	15,31	10,95	14,41	11,47	-20,4 %
ARTE	2,61	2,40	2,86	2,90	2,60	-10,3 %
TOTAL	**8,08**	**10,71**	**8,28**	**8,29**	**8,44**	**+1,8 %**

Source : CNC.

LES INVESTISSEMENTS DES CHAÎNES GRATUITES DE LA TNT

En 2011, 17 films sont préachetés par les nouvelles chaînes gratuites de la TNT dont 16 d'initiative française (5 films, tous d'initiative française préachetés en 2010). Ces chaînes apportent 1,78 M€ (0,85 M€ en 2010), soit 0,10 M€ par film en moyenne (0,17 M€ par film en 2010). Leurs investissements couvrent, en moyenne, 2,1 % des devis des films qu'elles préachètent en 2011, contre 1,6 % en 2010. En 2011, deux chaînes gratuites de la TNT ont investi dans la production cinématographique : Direct 8 préachète dix films (neuf d'initiative française) pour 1,16 M€ et W9 en préachète sept (tous d'initiative française) pour 0,62 M€. Parmi les 17 films préachetés par une chaîne gratuite de la TNT en 2011, 16 font l'objet d'un financement par une chaîne payante pour la première fenêtre et 12 pour la deuxième fenêtre. Sept films sont financés par une chaîne historique en clair (quatre en 2010). Ces sept films font l'objet d'un financement conjoint de M6 et W9. Sans tenir compte des investissements des chaînes payantes, dix films ne sont financés que par une chaîne en clair de la TNT, Direct 8.

NOMBRE DE FILMS FINANCÉS PAR LES CHAÎNES TNT

	2009	2010	2011
Films d'initiative française	7	5	16
Films minoritaires	-	-	1
TOTAL	**7**	**5**	**17**

Source : CNC.

INVESTISSEMENTS DES CHAÎNES TNT DANS LA PRODUCTION CINÉMATOGRAPHIQUE AGRÉÉE PAR LE CNC (en M€)

	2009	2010	2011
Films d'initiative française	0,48	0,85	1,68
Films minoritaires	0,00	0,00	0,10
TOTAL	**0,48**	**0,85**	**1,78**

Source : CNC.

PRÉACHATS DES CHAÎNES TNT DANS LA PRODUCTION CINÉMATOGRAPHIQUE AGRÉÉE PAR LE CNC (en M€)

	2009	2010	2011
Direct 8	-	-	1,16
NRJ12	-	0,20	-
TMC	0,05	-	-
W9	0,43	0,65	0,62
TOTAL	**0,48**	**0,85**	**1,78**

Source : CNC.

LES INVESTISSEMENTS DES CHAÎNES PAYANTES

Ces données n'incluent ni les indexations de prix calculées sur les recettes salles, ni les films financés par une chaîne payante et sans financements encadrés, qui ne sont pas comptabilisés dans les statistiques du CNC. En 2011, parmi les 272 films agréés, les chaînes payantes ont préacheté 163 films au total (59,9 % des films agréés) dont 141 d'initiative française (68,1 % des films d'initiative française). Canal+ préachète 50,0 % des films agréés et 57,0 % des films d'initiative française en 2011 (65,5 % en 2010). 35 films d'initiative française font l'objet d'un préachat d'une seule chaîne payante en 2011 (33 films en 2010), 106 films de deux chaînes payantes (124 en 2010). Aucun film n'est préacheté par trois chaînes payantes en 2011 (quatre l'étaient en 2010).

NOMBRE DE FILMS FINANCÉS PAR LES CHAÎNES PAYANTES*

	2007	2008	2009	2010	2011
Canal+	140	142	134	155	136
TPS Star	45	53	34	15	12
Ciné+	81	97	112	139	113
OCS (Orange Cinéma Séries)	-	3	13	26	20
TOTAL*	**157**	**174**	**162**	**186**	**163**

** La somme des films peut être différente du total, quand plusieurs chaînes ont investi simultanément dans un même film.*
Source : CNC.

Le volume global d'investissement des chaînes payantes recule de 7,5 % en 2011, pour un nombre de films préachetés en baisse de 12,4 % (-23 films). L'intervention de ces dernières reste toutefois particulièrement élevée, constituant le deuxième niveau le plus haut de la décennie après celui de 2010 (253,65 M€). La baisse des investissements des chaînes payantes est nettement plus importante sur les films minoritaires français (-36,2 % entre 2010 et 2011 à 11,04 M€) que sur les films d'initiative française (-5,4 % à 223,63 M€).

PRÉACHATS DES CHAÎNES PAYANTES DANS LA PRODUCTION CINÉMATOGRAPHIQUE AGRÉÉE PAR LE CNC (en M€)

		2007	2008	2009	2010	2011	Évolution 2010 -2011
FILMS D'INITIATIVE FRANÇAISE	**Canal+**	152,59	167,10	157,25	179,03	173,12	-3,3 %
	TPS Star	19,94	20,17	11,86	12,70	7,75	-39,0 %
	Ciné+	13,31	16,21	19,04	21,76	23,04	+5,8 %
	OCS	-	4,93	6,49	22,85	19,72	-13,7 %
	TOTAL	**185,83**	**208,40**	**194,63**	**236,35**	**223,63**	**-5,4 %**
COPRODUCTIONS MINORITAIRES	**Canal+**	7,68	6,86	7,55	15,53	9,35	-39,8 %
	TPS Star	0,52	2,10	0,04	-	0,09	-
	Ciné+	0,44	0,58	0,93	1,24	0,89	-28,4 %
	OCS	-	-	0,73	0,53	0,71	+34,0 %
	TOTAL	**8,64**	**9,54**	**9,24**	**17,30**	**11,04**	**-36,2 %**
TOTAL DES PRÉACHATS		**194,48**	**217,95**	**203,88**	**253,65**	**234,67**	**-7,5 %**

Source : CNC.

Le devis moyen des films d'initiative française est en augmentation en 2011 sur toutes les chaînes payantes. Canal+ présente pour la première fois depuis 2008 un devis moyen des films préachetés inférieur à celui de OCS (anciennement Orange Cinéma Séries) et de Ciné+. En 2011, Canal+ préachète 70,9 % des films d'initiative française dont le devis est compris entre 1 M€ et 15 M€ et 83,3 % de ceux dont le devis dépasse 15 M€. La chaîne consacre 84,4 % de ses investissements aux films d'initiative française de devis supérieurs à 4 M€. TPS Star intervient exclusivement dans les films d'initiative française aux devis compris entre 1 M€ et 15 M€ et concentre 49,0 % de ses investissements sur des films dont le devis se situe entre 4 M€ et 7 M€. Ciné+ privilégie les films dont le devis est supérieur à 4 M€. En 2011, elle achète 78,9 % d'entre eux et leur consacre 84,3 % de ses investissements dans les films d'initiative française. En 2011, OCS concentre 54,3 % de ses investissements dans des films d'initiative française au budget supérieur à 15 M€. Les investissements de Canal+ couvrent en moyenne 19,5 % des devis des films d'initiative française financés par la chaîne en 2011, ceux de OCS et TPS Star en couvrent respectivement 12,9 % et 11,3 %. Ciné+ finance en moyenne 2,9 % des devis des films d'initiative française qu'elle préachète en 2011.

DEVIS MOYENS DES FILMS D'INITIATIVE FRANÇAISE FINANCÉS PAR LES CHAÎNES PAYANTES (en M€)

	2007	2008	2009	2010	2011	Évolution 2010 -2011
Canal+	7,21	8,58	6,72	7,19	7,51	+4,3 %
TPS Star	8,15	7,72	5,86	5,92	6,23	+5,2 %
Ciné+	6,76	6,09	6,01	7,06	7,90	+11,9 %
OCS	-	12,48	5,77	5,18	8,51	+64,2 %
TOTAL	**6,81**	**7,71**	**6,19**	**6,71**	**7,54**	**+12,5 %**

Source : CNC.

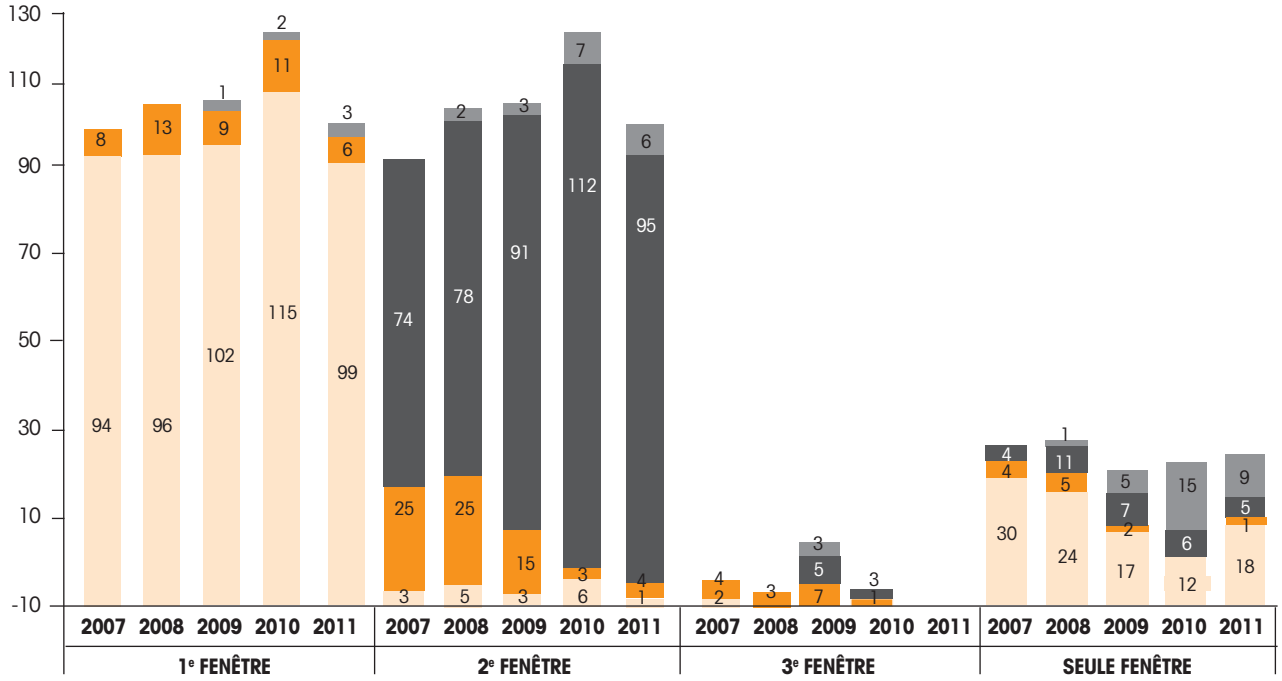
INVESTISSEMENTS DES CHAÎNES PAYANTES DANS LES FILMS D'INITIATIVE FRANCAISE AGRÉÉS PAR LE CNC SELON LEURS DEVIS (en M€)

		<1 M€	1 M€ à 4 M€	4 M€ à 7 M€	7 M€ à 15 M€	>15 M€	TOTAL
2010	**Canal+**	0,53	25,78	39,31	68,57	44,84	179,03
	TPS Star	-	1,97	6,58	4,15	-	12,70
	Ciné+	0,14	4,38	6,01	8,06	3,16	21,76
	OCS	0,20	3,29	9,24	10,13	-	22,85
2011	**Canal+**	0,79	26,19	34,90	75,49	35,75	173,12
	TPS Star	-	1,20	3,80	2,75	-	7,75
	Ciné+	0,06	3,55	5,56	9,19	4,68	23,04
	OCS	-	3,81	3,91	1,30	10,70	19,72

Source : CNC.

Les chaînes payantes concentrent leurs investissements sur des fenêtres de diffusion différentes. Ainsi, en 2011, Canal+ achète la première diffusion pour 99,2 % des films d'initiative française qu'elle finance (dont 15,3 % en tant que seule chaîne payante, c'est-à-dire en exclusivité). OCS et TPS Star achètent la première diffusion pour respectivement 66,7 % et 63,6 % des films qu'elles financent (en tant que seule chaîne payante : 9,1 % pour TPS Star et 50,0 % pour OCS). Parallèlement, Ciné+ opte pour la deuxième fenêtre pour 95,0 % de ses films. Les troisièmes fenêtres ne sont achetées par aucune chaîne payante en 2011.

NOMBRE DE FILMS D'INITIATIVE FRANÇAISE DIFFUSÉS PAR FENÊTRE



Source : CNC.

L'ÉCONOMIE DES CHAÎNES NUMÉRIQUES

1ère PARTIE : RÉSULTATS ÉCONOMIQUES DU SECTEUR

Le chiffre d'affaires réalisé par l'ensemble des chaînes nationales, gratuites et payantes, autorisées ou conventionnées par le Conseil supérieur de l'audiovisuel [1], s'élève en 2011 à 9 048,8 M€, répartis de la façon suivante :

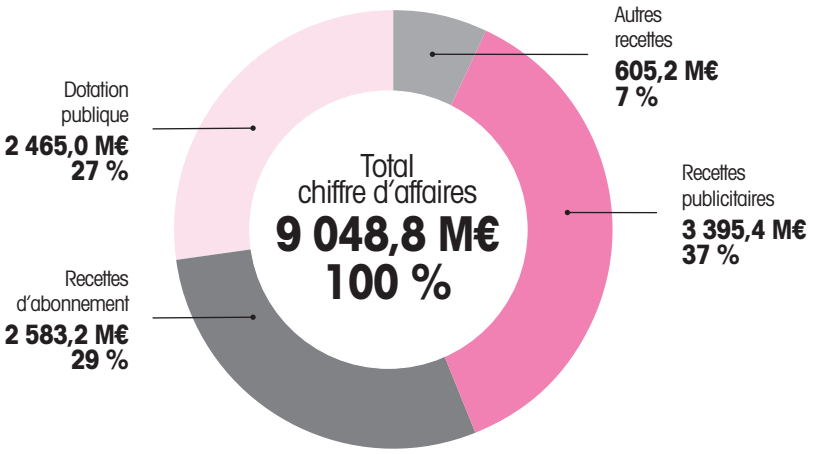
- 63 % sont réalisés par les chaînes gratuites : TF1, France Télévisions (France 2, France 3, France 4 [2], France 5 et France Ô), M6 et les neuf nouvelles chaînes gratuites de la TNT (BFM TV, Direct 8, Direct Star, Gulli, i>Télé, NRJ12, NT1, TMC et W9) ;
- 37 % sont réalisés par les chaînes payantes (dont les chaînes Canal+ [3]) diffusées sur la TNT, le câble, le satellite ou l'ADSL.

CHIFFRE D'AFFAIRES TOTAL ET CHIFFRE D'AFFAIRES PUBLICITAIRE NET DE L'ENSEMBLE DES CHAÎNES EN 2011

CHAÎNES	CHIFFRE D'AFFAIRES TOTAL (EN M€)	PART DU TOTAL EN %	CHIFFRE D'AFFAIRES PUBLICITAIRE (EN M€)	PART DU TOTAL EN %
Total chaînes gratuites dont :	5 673,4	63 %	3 047,8	90 %
TF1	*1 447,2*	*16 %*	*1 435,2*	*42 %*
France Télévisions	*3 003,8*	*33 %*	*431,3*	*3 %*
M6	*687,2*	*8 %*	*681,4*	*20 %*
*Nouvelles chaînes privées gratuites de la TNT**	*535,2*	*6 %*	*499,9*	*15 %*
Total chaînes payantes dont :	3 375,4	37 %	347,6	10 %
Les chaînes Canal+	1 857,0	20 %	159,0	5 %
*Autres chaînes payantes***	1 518,4	17 %	188,6	5 %
TOTAL	**9 048,8**	**100 %**	**3 395,4**	**100 %**

** BFM TV, Direct 8, Direct Star, Gulli, i>Télé, NRJ12, NT1, TMC et W9.*
*** 97 chaînes payantes ont été étudiées.*
Source : CSA sur la base des déclarations des éditeurs. Ce tableau contient des arrondis.

RÉPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES DES CHAÎNES GRATUITES ET PAYANTES SELON LE TYPE DE RECETTES EN 2011



Source : CSA sur la base des déclarations des éditeurs. Ce graphique contient des arrondis.

---

[1] Cette étude est réalisée sur la base des données financières communiquées par les chaînes au CSA. Les chiffres d'affaires de La Chaîne parlementaire (Public Sénat et LCP-AN) et d'Arte ne sont pas pris en compte. En effet, le CSA ne dispose d'aucun élément financier les concernant, ces services ne s'inscrivant pas dans son champ de compétence. Par ailleurs, les chaînes locales ne sont pas prises en compte. Concernant les chaînes payantes, l'étude porte sur les résultats financiers de 98 chaînes diffusées en France en langue française, conventionnées ou autorisées pour une diffusion sur la TNT.
[2] Le CSA ne disposant pas d'éléments financiers propres à chacun des services de France Télévisions depuis la constitution de ce groupe en société unique, France 4 n'est pas comptabilisée avec les « nouvelles chaînes de la TNT ».
[3] L'appellation « les chaînes Canal+ » regroupe les chaînes suivantes : Canal+, Canal+ Cinéma, Canal+ Sport, Canal+ Family et Canal+ Décalé.

1 - BILAN FINANCIER 2011 DES CHAÎNES NATIONALES GRATUITES [4]

1.1 BILAN FINANCIER DE L'ENSEMBLE DES CHAÎNES

Un chiffre d'affaires stable grâce à la croissance de celui des nouvelles chaînes privées gratuites

En 2011, les seize chaînes gratuites étudiées ont réalisé un chiffre d'affaires cumulé de 5 673,4 M€, contre 5 657,4 M€ en 2010, soit une quasi stabilité entre les deux exercices (+0,28 %, soit +16 M€).

Leurs recettes publicitaires, qui s'établissent à 3 047,8 M€ en 2011, sont en légère augmentation par rapport à 2010 (+0,7 %, soit +21,2 M€), grâce aux bons résultats des nouvelles chaînes privées gratuites. En effet, ces dernières connaissent cette année encore une croissance importante de leur chiffre d'affaires publicitaire (+18 %, soit +75,7 M€), là où, sur la même période, les recettes publicitaires des chaînes historiques privées et de France Télévisions [5] ont respectivement diminué de 1 % (-31,7 M€) et de 5 % (-22,8 M€).

Malgré un environnement économique peu favorable, et grâce à une part d'audience en légère augmentation, M6 est la seule chaîne historique dont le chiffre d'affaires et les recettes publicitaires enregistrent une légère augmentation en 2011 (+1 %). En revanche, TF1 et le groupe France Télévisions enregistrent une baisse de leur chiffre d'affaires et de leurs recettes publicitaires, due à une nouvelle diminution de la part d'audience de TF1, de France 2 et de France 3.

La baisse de 38,3 M€ du chiffre d'affaires de France Télévisions en 2011 s'explique par la diminution du chiffre d'affaires publicitaire (-22,8 M€ par rapport à 2010), des « autres recettes » (-7,3 M€) et des ressources publiques qui lui ont été affectées (-8,2 M€ [6]).

CHIFFRE D'AFFAIRES TOTAL ET CHIFFRE D'AFFAIRES PUBLICITAIRE DE L'ENSEMBLE DES CHAÎNES GRATUITES EN 2011

CHAÎNES	CHIFFRE D'AFFAIRES EN M€		ÉVOLUTION 2010/ 2011	CHIFFRE D'AFFAIRES PUBLICITAIRE EN M€		ÉVOLUTION 2010/ 2011
	2010	2011		2010	2011	
Chaînes historiques privées gratuites dont :	2 164,2	2 134,4	-1 %	2 148,3	2 116,6	-1 %
TF1	*1 484,6*	*1 447,2*	*-3 %*	*1 473,9*	*1 435,2*	*-3 %*
M6	*679,6*	*687,2*	*+1 %*	*674,4*	*681,4*	*+1 %*
France Télévisions	3 042,1	3 003,8	-1 %	454,1	431,3	-5 %
Nouvelles chaînes privées gratuites de la TNT	451,1	535,2	+19 %	424,2	499,9	+18 %
TOTAL	**5 657,4**	**5 673,4**	**0 %**	**3 026,6**	**3 047,8**	**+1 %**

Source : CSA d'après les déclarations des éditeurs. Ce tableau contient des arrondis.

En 2011, les chaînes hertziennes « historiques » privées gratuites recueillent encore 69 % des recettes publicitaires collectées par les chaînes gratuites, malgré une part d'audience de 34,5 %.

---

[4] Le présent chapitre reprend les principaux résultats financiers pour l'exercice 2011 de l'ensemble des chaînes nationales gratuites diffusées en France sur la TNT. Trois agrégats ont été définis :
- les chaînes privées dites « historiques » : TF1 et M6 ;
- le groupe France Télévisions : France 2, France 3, France 4, France 5, France Ô ;
- les nouvelles chaînes privées gratuites : BFM TV, Direct 8, Gulli, i>Télé, NRJ12, NT1, TMC, Direct Star et W9.

Ces analyses ont été élaborées à partir des comptes de résultats sociaux pour l'exercice 2011 de chacune des chaînes étudiées. A l'exception des informations concernant les chaînes côtées en bourse, pour lesquelles les comptes sont publics, les autres données financières contenues dans cette note sont données de façon agrégée afin de garder leur caractère confidentiel. Par ailleurs, les chaînes locales, la chaîne parlementaire (Public Sénat et LCP-AN) et Arte ne sont pas prises en compte dans cette étude car ces services n'entrent pas dans le champ de compétences réglementaires du CSA, qui ne dispose donc d'aucun élément financier les concernant.

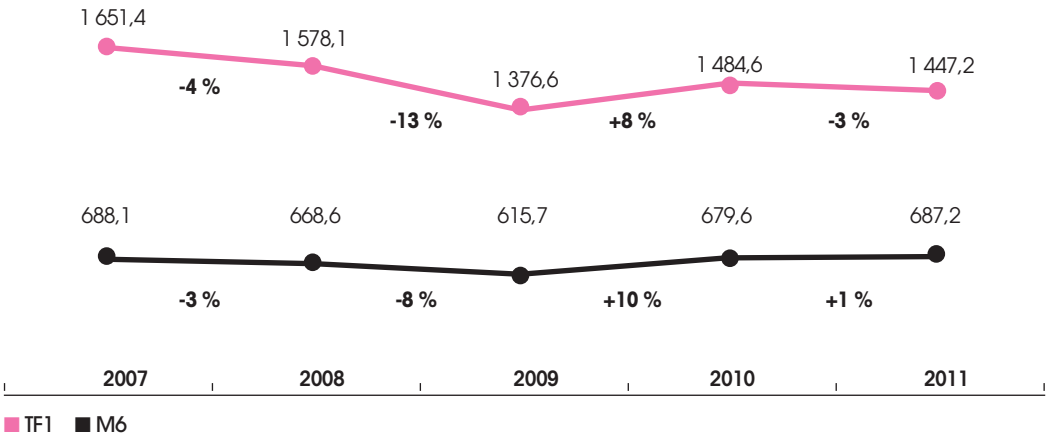
[5] Pour les chaînes publiques, le CSA ne dispose pas d'éléments financiers propres à chacun de ces services depuis la constitution du groupe France Télévisions en société unique.

[6] Les ressources publiques de France Télévisions s'élevaient à 2 465 M€ en 2011, contre 2 473 M€ en 2010.

Une baisse tendancielle du chiffre d'affaires des chaînes historiques privées gratuites depuis 5 ans [7]

L'analyse sur cinq ans des résultats de TF1 et M6 met en relief la situation difficile que traversent ces chaînes, à des degrés divers toutefois. La crise qui a touché le marché publicitaire télévisuel en 2008, conjuguée à une baisse tendancielle de leurs audiences, a eu pour effet d'entamer la croissance de leurs recettes publicitaires, et donc de leur chiffre d'affaires [8], comme l'indique le graphique ci-dessous.

ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES DE TF1 ET M6 DEPUIS CINQ ANS



Source : CSA. Ce tableau contient des arrondis.

Aucune des deux chaînes privées gratuites TF1 et M6 n'a encore retrouvé le niveau de chiffre d'affaires qu'elles réalisaient en 2007, malgré une bonne année 2010 en termes de revenus publicitaires. Entre 2007 et 2011, le chiffre d'affaires de TF1 a diminué de 12 % (-204,2 M€).

Des résultats d'exploitation globalement positifs en 2011

Globalement, les chaînes gratuites présentent en 2011 des résultats d'exploitation et des résultats nets en croissance de respectivement 20 % et 12 % par rapport à 2010. Pour la première fois depuis leur lancement, le cumul des résultats d'exploitation des nouvelles chaînes gratuites privées de la TNT est positif (+4,6 M€).

France Télévisions voit son résultat d'exploitation, déjà négatif en 2010, se dégrader en 2011 (-41,4 M€ contre -12,6 M€ en 2010).

ÉVOLUTION DU RÉSULTAT D'EXPLOITATION ET DU RÉSULTAT NET DE L'ENSEMBLE DES CHAÎNES GRATUITES EN 2011

CHAÎNES	RÉSULTAT D'EXPLOITATION EN M€		ÉVOLUTION 2010 / 2011	RÉSULTAT NET EN M€		ÉVOLUTION 2010 / 2011
	2010	2011		2010	2011	
Chaînes historiques privées gratuites dont :	266,5	315,2	+18 %	260,7	286,4	+10 %
TF1	*154,1*	*197,5*	*+28 %*	*157,2*	*114,5*	*-27 %*
M6	*112,4*	*117,7*	*+5 %*	*103,5*	*171,9*	*+66 %*
France Télévisions	-12,6	-41,4	+229 %*	22,2	4,2	-81 %
Nouvelles chaînes privées gratuites de la TNT	-22,3	4,6	-	-27,3	-9,3	-66 %*
TOTAL	**231,6**	**278,4**	**+20 %**	**255,6**	**281,3**	**+10 %**

Source : CSA d'après les déclarations des éditeurs. Ce tableau contient des arrondis.

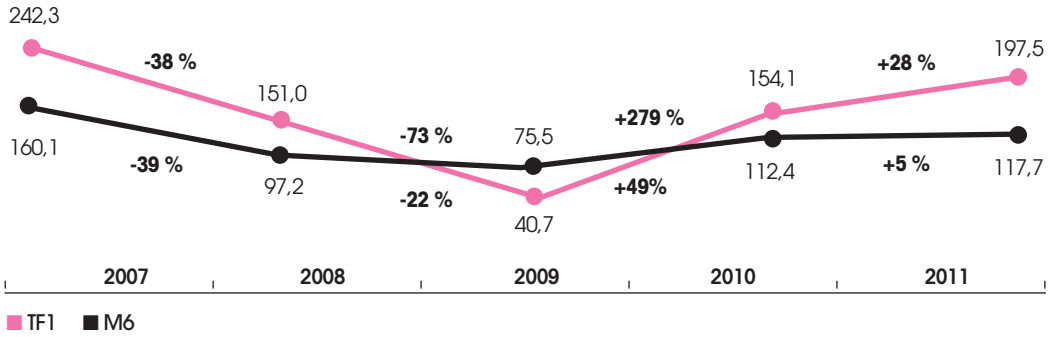
** Attention, la base du pourcentage (valeur considérée en 2010) est négative. Dans ce cas, un pourcentage positif signifie que la valeur en 2011 est inférieure à celle de 2010 et donc que le résultat d'exploitation se dégrade. Un pourcentage négatif signifie que la valeur en 2011 est supérieure à celle de 2010 mais demeure négative et donc que le résultat d'exploitation s'améliore sans devenir positif.*

[7] Il est difficile d'étudier cette même évolution pour le groupe France Télévisions, compte tenu du changement de structure (création d'un groupe unique en 2010) et de l'évolution de son modèle économique (arrêt de la publicité à partir de 20 heures en 2009 compensé par une augmentation des ressources publiques).

[8] En 2011, les recettes pubicitaires représentent plus de 99 % du chiffre d'affaires de TF1 et de M6.

Les résultats d'exploitation des deux chaînes privées, TF1 et M6, ont retrouvé en 2011 des niveaux élevés, même s'ils n'ont pas encore atteint ceux réalisés en 2007, comme l'indique le graphique ci-dessous.

ÉVOLUTION DU RÉSULTAT D'EXPLOITATION DE TF1 ET M6 DEPUIS CINQ ANS



Source : CSA. Ce tableau contient des arrondis.

La baisse du chiffre d'affaires de TF1 et M6 observée en 2008 et 2009 a eu pour conséquence une forte dégradation de la rentabilité opérationnelle de ces deux chaînes : entre 2007 et 2009, le résultat d'exploitation de TF1 a été divisé par six, celui de M6 par deux.

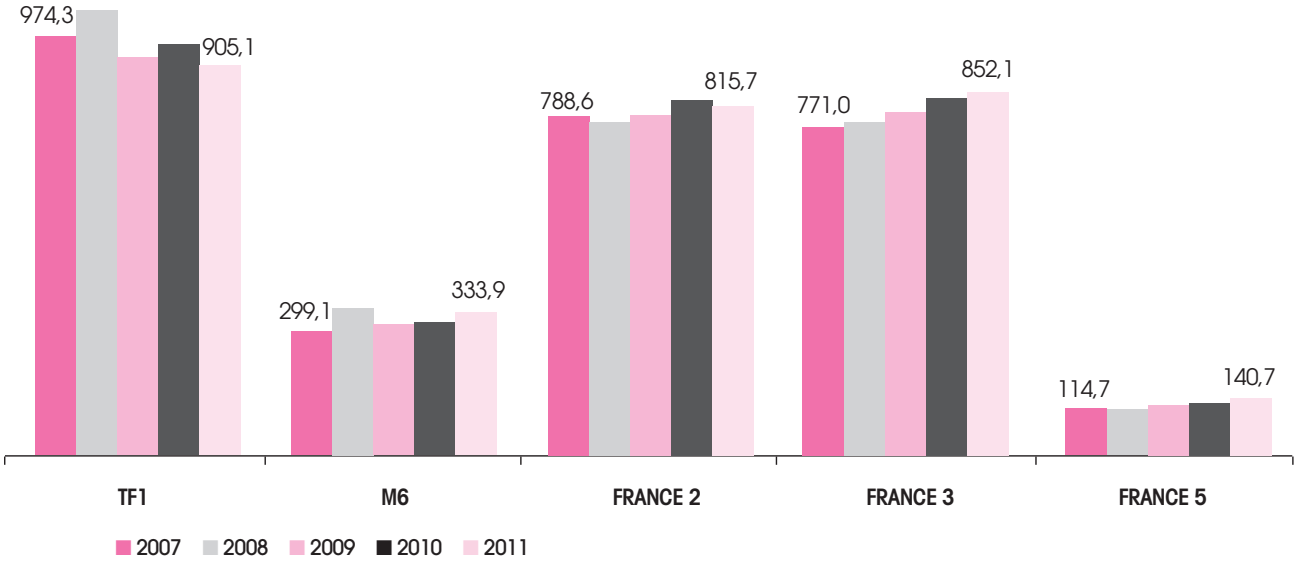
La mise en œuvre depuis 2009, dans chacune des chaînes, de mesures d'économies (maîtrise des charges et du coût de grille) a permis un redressement significatif de leur résultat.

Ainsi, depuis 2008, TF1 a diminué ses charges de 11 % et son coût de grille de 12 % (905,1 M€ en 2011, contre 1 032 M€ en 2008).

En revanche, depuis 2008, les charges de M6 ont globalement augmenté de 4,5 %, mais de façon sporadique (baisse des charges en 2009 et en 2011). Le coût de grille est également en hausse depuis 2009 et s'établit à 333,9 M€ en 2011.

Les coûts de grille des chaînes publiques France 2, France 3 et France 5 augmentent régulièrement depuis cinq ans. Cette hausse est particulièrement significative sur France 3 (+11 %) et sur France 5 (+23 %), là où elle reste modérée sur France 2 (+3 %).

ÉVOLUTION DU COÛT DE GRILLE DE TF1, M6, FRANCE 2, FRANCE 3 ET FRANCE 5 DEPUIS CINQ ANS (en M€)



Source : CSA. Ce graphique contient des arrondis.

1.2 ANALYSE DÉTAILLÉE DES RÉSULTATS FINANCIERS DES NOUVELLES CHAÎNES PRIVÉES GRATUITES DE LA TNT [9]

2011, l'année de l'équilibre pour les nouvelles chaînes gratuites privées de la TNT

Entre 2010 et 2011, Le taux de croissance du chiffre d'affaires des nouvelles chaînes privées gratuites de la TNT reste élevé (+19 %), surtout dans un contexte économiquement fragile. Toutefois, ce taux de croissance tend à se réduire d'année en année : il était de 31 % en 2010, de 40 % en 2009…. et de plus de 100 % en 2007.

Le chiffre d'affaires cumulé des nouvelles chaînes privées gratuites de la TNT (recettes publicitaires et diversification) atteint 535,2 M€ en 2011, soit une augmentation de plus de 84 M€ par rapport à 2010.

ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES TOTAL DES NOUVELLES CHAÎNES PRIVÉES GRATUITES DE LA TNT (en M€)

	2009	2010	2011
Chiffre d'affaires total	343,8	451,1	535,2
Croissance par rapport à l'année précédente	+38 %	+31 %	+19 %

Source : CSA sur la base des déclarations des éditeurs.

Le chiffre d'affaires moyen des nouvelles chaînes gratuites privées de la TNT est de 59 M€. Les disparités entre les chaînes, en matière de niveau de chiffre d'affaires, ont tendance à se réduire.

RÉPARTITION DES NOUVELLES CHAÎNES PRIVÉES GRATUITES DE LA TNT SELON LE CHIFFRE D'AFFAIRES 2011

CA supérieur à 20 M€ et inférieur à 40 M€	CA supérieur à 40 M€ et inférieur à 90 M€	CA supérieur à 90 M€
Direct Star	BFM TV	TMC
	Gulli	W9
	NT1	
	i>Télé	
	Direct 8	
	NRJ 12	

Source : CSA sur la base des déclarations des éditeurs.

Un chiffre d'affaires publicitaire qui résiste à la crise

Le chiffre d'affaires publicitaire cumulé croît de 77 M€ entre 2010 et 2011, soit une augmentation de 18 % (contre 34 % entre 2009 et 2010, soit +107 M€). Il représente 93 % du chiffre d'affaires total réalisé en 2011 par l'ensemble des nouvelles chaînes privées gratuites de la TNT.

ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES PUBLICITAIRE TOTAL DES NOUVELLES CHAÎNES PRIVÉES GRATUITES DE LA TNT (en M€)

	2009	2010	2011
Chiffre d'affaires publicitaire total	317,3	424,2	499,9
Croissance par rapport à l'année précédente	+45 %	+34 %	+18 %

Source : CSA sur la base des déclarations des éditeurs.

Toutes les chaînes étudiées voient leur chiffre d'affaires publicitaire progresser en 2011, mais dans des proportions qui peuvent varier fortement selon les chaînes :

- i>Télé, Gulli, NT1 et BFM TV enregistrent une croissance de recettes publicitaires bien supérieure à la moyenne ;
- les chaînes d'information réalisent de bonnes performances en termes de recettes publicitaires, notamment BFM TV, qui est la chaîne enregistrant le plus fort taux de croissance parmi les nouvelles chaînes privées gratuites de la TNT ;

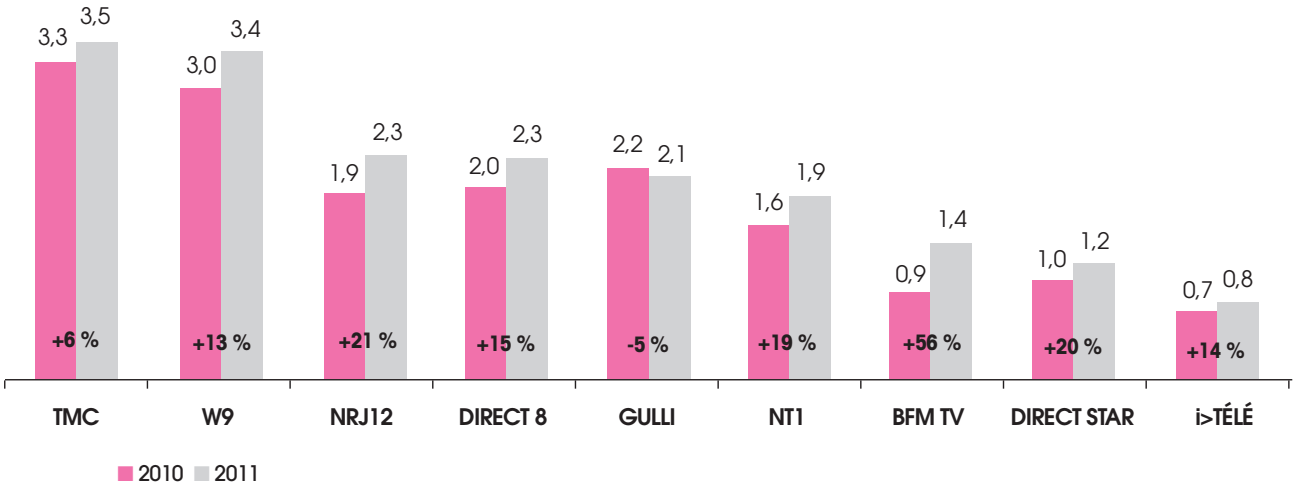
[9] Rappel : dans la présente note, sont regroupées sous l'appellation « nouvelles chaînes privées gratuites de la TNT », les chaînes BFM TV, Direct 8, Gulli, i>Télé, NRJ12, NT1, TMC, Direct Star et W9.

• la situation de Gulli est particulière : seule chaîne gratuite privée de la TNT gratuite dont la part d'audience est en baisse, ses recettes publicitaires ont pourtant connu en 2011 un taux de croissance supérieur à la moyenne des chaînes de sa catégorie ;

•NRJ12 et Direct 8 connaissent une croissance de leur chiffre d'affaires publicitaire dans la moyenne enregistrée par l'ensemble des nouvelles chaînes gratuites de la TNT ;

• Direct Star, W9, TMC ont un taux de croissance inférieur à la moyenne des chaînes étudiées.

ÉVOLUTION DES PARTS D'AUDIENCE
DES CHAÎNES PRIVÉES GRATUITES DE LA TNT



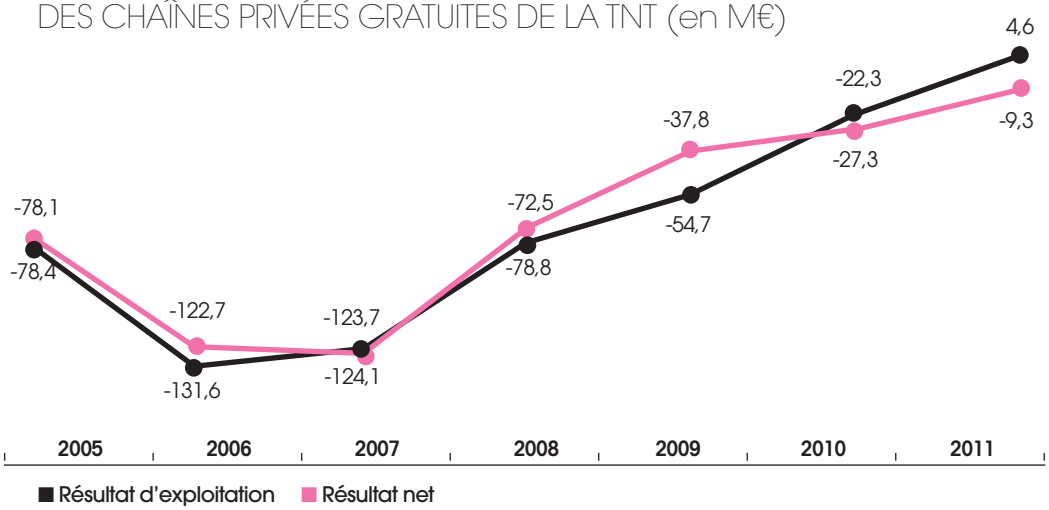
Source : Médiamétrie - Part d'audience moyenne annuelle - Année TV 2010 et 2011.

Le résultat d'exploitation des nouvelles chaînes privées gratuites est globalement positif pour la première fois

Examinée individuellement, la situation des éditeurs s'est améliorée puisque cinq chaînes présentent en 2011 un résultat d'exploitation et un résultat net positifs (W9, TMC, i>Télé, NT1 et Gulli), contre deux l'année précédente. BFM TV approche de l'équilibre avec un résultat d'exploitation positif et un résultat net négatif. Seules trois chaînes, celles du groupe Bolloré, Direct 8 et Direct Star, et NRJ12, toutes indépendantes des grands groupes audiovisuels hertziens, affichent des résultats d'exploitation et des résultats nets négatifs. Deux chaînes ont atteint le « grand équilibre » : il s'agit de W9 et TMC.

Prises dans leur ensemble, les chaînes gratuites privées de la TNT présentent pour la première fois depuis leur lancement un résultat d'exploitation positif (+ 4,6 M€).

RÉSULTAT D'EXPLOITATION ET RÉSULTAT NET DE L'ENSEMBLE
DES CHAÎNES PRIVÉES GRATUITES DE LA TNT (en M€)



Source : CSA sur la base des déclarations des éditeurs. Ce tableau contient des arrondis.

Analyse par groupe

Le tableau ci-dessous permet d'appréhender le poids respectif des groupes présents dans l'édition de chaînes gratuites en 2011.

CHIFFRE D'AFFAIRES RÉALISÉ DANS L'ÉDITION DE CHAÎNES GRATUITES PAR GROUPE EN 2011 [10]

GROUPE *CHAÎNES ÉTUDIÉES*	CA EN M€	ÉVOLUTION EN % (2010 / 2011)	PART DU CA TOTAL EN %	CA PUBLICITAIRE EN M€	PART DU CA PUBLICITAIRE EN %
GROUPE FRANCE TÉLÉVISIONS *F2, F3, F4, F5, FÔ*	*3 003,8*	*-1 %*	*53 %*	*431,3*	*14 %*
GROUPE TF1 *TF1, TMC, NT1*	*1 594,0*	*-1 %*	*28 %*	*1 573,1*	*52 %*
GROUPE M6 *M6, W9*	*797,3*	*+3 %*	*14 %*	*791,4*	*26 %*
GROUPE BOLLORÉ *Direct 8, Direct Star*	*80,3*	*+15 %*	*1 %*	*77,2*	*3 %*
AUTRES GROUPES *NRJ12, i>Télé, Gulli, BFM TV*	*198,0*	*+24 %*	*3 %*	*174,8*	*6 %*
TOTAL	**5 673,4**	**0 %**	**100 %**	**3 047,8**	**100 %**

Source : CSA sur la base des déclarations des éditeurs. Ce tableau contient des arrondis.

La forte croissance du chiffre d'affaires de TMC et NT1 ne vient pas totalement compenser la diminution des recettes de la chaîne TF1 (baisse de 3 % en 2011). Sur les trois premiers groupes actifs en télévision gratuite, seul le groupe M6 voit son chiffre d'affaires progresser en 2011.

2 - BILAN FINANCIER 2011 DES CHAÎNES NATIONALES PAYANTES

REMARQUES MÉTHODOLOGIQUES

L'étude porte sur 98 chaînes payantes (dont Canal+), éditées par 55 sociétés.

Seuls les services payants conventionnés ou autorisés à vocation nationale diffusés en France métropolitaine en langue française ont été retenus dans cette étude, et cela quel que soit leur support de diffusion (TNT, satellite, câble, ADSL, fibre optique, internet mobile).

Cependant, les services diffusés exclusivement sur internet n'ont pas été pris en compte, ni les services temporaires ou à caractère événementiel. TV5 Monde n'a pas été retenu dans le périmètre de cette étude compte tenu de son statut particulier.

Au titre de la présente étude, on entend par chaîne payante tout service qui n'est accessible que par le biais d'un abonnement, que ce soit dans une offre globale, couplée ou non avec d'autres services (internet, téléphone), ou dans des services vendus à l'unité. Cette définition ne tient pas compte du financement des services.

Il convient de noter également que :
• six nouveaux services ont été pris en compte par rapport à la précédente étude menée pour l'année 2010 : Africa 24, Equidia Life, Ma chaîne Sport Bien-être, Ma Chaîne Etudiante, Montagne TV et Trace Africa ;
• trois services n'ont pas fourni leur bilan financier et n'ont donc pas pu être intégrés dans cette étude : Demain, Africa Box TV et Maison+ ;
• n'ont pas été retenus dans le périmètre de l'étude les services dont le chiffre d'affaires annuel est inférieur à 0,4 M€.
Cette étude a été réalisée à partir des données financières des bilans et comptes de résultats arrêtés au 31 décembre 2011 des 55 sociétés éditant les 98 chaînes étudiées [11].

[10] Consacré aux chaînes gratuites, ce tableau n'intègre pas les recettes publicitaires réalisées sur les plages en clair des services payants (Canal+, TPS Star et Paris Première).
[11] Les comptes de résultats ne permettent pas d'isoler l'activité réalisée hors de France des chaînes étudiées.

Douze sociétés éditent plusieurs services :

- Lagardère Thématiques [12] (6 chaînes) : Canal J, June, Tiji, MCM, MCM TOP et MCM POP ;
- Disney Channel (3 chaînes) : Disney Channel, Disney Junior et Disney XD ;
- Equidia S.A.S. (2 chaînes) : Equidia Live et Equidia Life ;
- Eurosport France SA (2 chaînes) : Eurosport France et Eurosport 2 ;
- Jimmy Comédie ! (2 chaînes) : Jimmy+ et Comédie+ ;
- M6 Communication (3 chaînes) : M6 Music Club, M6 Music Hits et M6 Music Black ;
- Ma chaîne Sport (3 chaînes) : Ma Chaîne Sport, Ma chaîne Sport Extrême et Ma chaîne Sport Bien-être ;
- Multithématiques (11 chaînes) : Ciné+ Premier, Ciné+ Emotion, Ciné+ Frisson, Ciné+ Classics, Ciné+ Famiz, Ciné+ Club, Ciné+ Star, Seasons, Piwi+, Télétoon+ et TPS Foot [13] ;
- Planète Câble (4 chaînes) : Planète+, Planète+ No Limit, Planète+ Thalassa et Planète+ Justice ;
- Orange Cinéma Séries (5 chaînes) : Orange Ciné Choc, Orange Ciné Happy, Orange Ciné Max, Orange Ciné Géants et Orange Ciné Novo ;
- Trace TV (3 chaînes) : Trace Africa, Trace Urban et Trace Tropical ;
- AB Thématiques (12 chaînes) : AB Moteurs, AB1, Action, Animaux, Chasse et Pêche, Ciné Polar, Ciné FX, Encyclo, Escales, Mangas, Toute l'Histoire et XXL.

Conformément à leur engagement conventionnel, les sociétés éditant plusieurs services fournissent au CSA des éléments de comptabilité analytique service par service, permettant la réalisation de cette étude.

PÉRIMÈTRE DES SERVICES PAYANTS RETENUS DANS L'ÉTUDE

CHAÎNES CONVENTIONNÉES				CHAÎNES AUTORISÉES
13EME RUE	CUISINE+	M6 MUSIC CLUB	ORANGE CINE NOVO	CANAL+
3A TELESUD	DISNEY CHANNEL	M6 MUSIC HITS	ORANGE SPORT	EUROSPORT
AB1	DISNEY JUNIOR	MA CHAINE ETUDIANTE	PIWI+	LCI
AB MOTEURS	DISNEY XD	MA CHAINE SPORT	PLANETE+ JUSTICE	PARIS PREMIERE
ACTION	ENCYCLO	MA CHAINE SPORT BIEN ETRE	PLANETE+ NO LIMIT	PLANETE+
AFRICA 24	EQUIDIA LIFE	MA CHAINE SPORT EXTREME	PLANETE+ THALASSA	TF6
ANIMAUX	EQUIDIA LIVE	MANGAS	SEASONS	TPS STAR
ASTROCENTER TV	ESCALES	MCM	SERIE CLUB	
BERBERE TELE	EURONEWS	MCM POP	SPORT+	
BEST OF SHOPPING	EUROSPORT 2	MCM TOP	STYLIA	
CANAL J	FRANCE 24	MELODY	TELETOON+	
CHASSE ET PECHE	GAME ONE	MEZZO	TEVA	
CINE+	GIRONDINS TV	MONTAGNE TV	TIJI	
CINE+ CLUB	HISTOIRE	MOTORS TV	TOUTE L'HISTOIRE	
CINE+ CLASSICS	INFOSPORT+	NOLIFE	TRACE AFRICA	
CINE+ EMOTION	JIMMY+	NRJ HITS	TRACE URBAN	
CINE+ FAMIZ	JUNE	OL TV	TRACE TROPICAL	
CINE+ FRISSON	KIOSQUE SPORT	OM TV	TV BREIZH	
CINE+ PREMIER	KTO	ONZEO	USHUAÏA TV	
CINE+ STAR	LA CHAINE METEO	ORANGE CINE CHOC	VIVOLTA	
CINE FX	L'EQUIPE TV	ORANGE CINE GEANTS	VOYAGE	
CINE POLAR	M6 BOUTIQUE AND CO	ORANGE CINE HAPPY	XXL	
COMEDIE+	M6 MUSIC BLACK	ORANGE CINE MAX		
91 CHAÎNES				**7 CHAÎNES**
98 CHAÎNES				

Source : CSA.

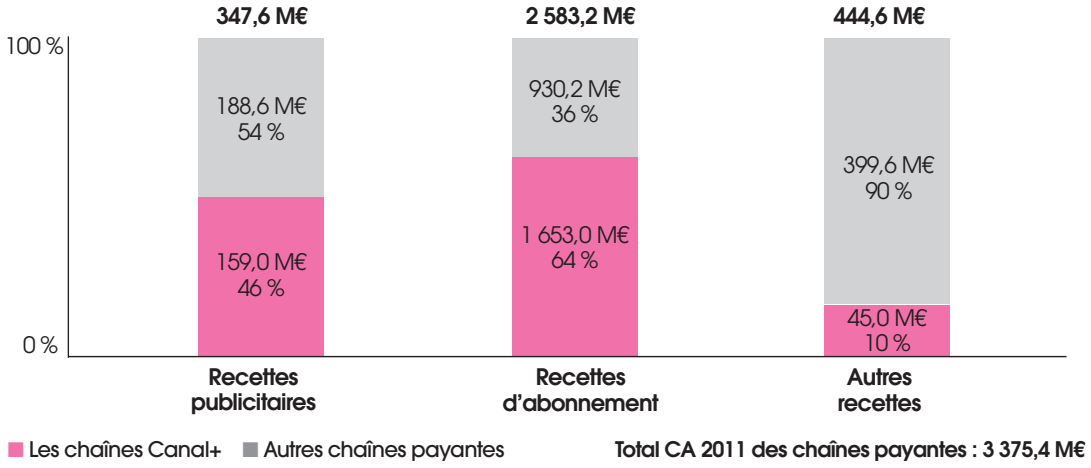
[12] Cette société s'est substituée à la société Canal J.
[13] La chaîne TPS Foot n'a pas été retenue dans le périmètre de cette étude, car elle n'émet pas en métropole.

2.1 ANALYSE DES RÉSULTATS FINANCIERS DES CHAÎNES PAYANTES EN 2011

Un chiffre d'affaires en croissance de 6 %

Les chaînes payantes nationales autorisées ou conventionnées en France (y compris les chaînes Canal+) ont réalisé en 2011 un chiffre d'affaires cumulé de 3 375,4 M€, en croissance de 6 % par rapport à 2010 (3 182 M€). Les chaînes Canal+ [14] représentent 55 % du total du chiffre d'affaires réalisé par l'ensemble des chaînes payantes étudiées. Les 97 autres chaînes payantes ont réalisé un chiffre d'affaires total de 1 518,4 M€.

RÉPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES DES CHAÎNES PAYANTES SELON LE TYPE DE RECETTES EN 2011



Source : CSA d'après les déclarations des éditeurs. Ce tableau contient des arrondis.

2.1.1. LES CHAÎNES CANAL+

En 2011, le chiffre d'affaires total des chaînes Canal+ [15] s'établit à 1 857 M€ (1 787 M€ en 2010), en hausse de 4 % par rapport à 2010.

Près de 90 % de son chiffre d'affaires provient des recettes d'abonnement (1 653 M€), qui ont augmenté de 4 % par rapport à l'exercice précédent. Le nombre d'abonnés est en augmentation, passant de 5,4 millions en 2010 à 5,5 millions en 2011 [16].

Les recettes publicitaires, en croissance de 7 %, s'élèvent à 159 M€ (148 M€ en 2010).

Le résultat d'exploitation 2011 des chaînes Canal+ est sensiblement le même qu'en 2010 (60 M€, contre 59 M€ en 2010). Le résultat net consolidé enregistre une augmentation de 23 % par rapport à 2010 (49 M€, contre 40 M€ en 2010).

2.1.2. LES AUTRES CHAÎNES PAYANTES (hors les chaînes Canal+)

En 2011, le chiffre d'affaires des 97 chaînes payantes étudiées (hors les chaînes Canal+) s'élève à 1 518,4 M€, soit une hausse de 9 % par rapport à 2010 (1 394,9 M€). Cette progression est principalement due à l'augmentation de 70,3 M€ du chiffre d'affaires de deux sociétés, Orange Sport et Orange Cinéma Séries. Sans ces chaînes, la progression du chiffre d'affaires des chaînes payantes serait de 4 % (+53,1 M€).

La progression constatée entre 2010 et 2011 n'est donc pas répartie de manière uniforme entre les 97 services étudiés. Outre les deux chaînes d'Orange, 55 chaînes ont vu leur chiffre d'affaires progresser en 2011 (contre 44 en 2010).

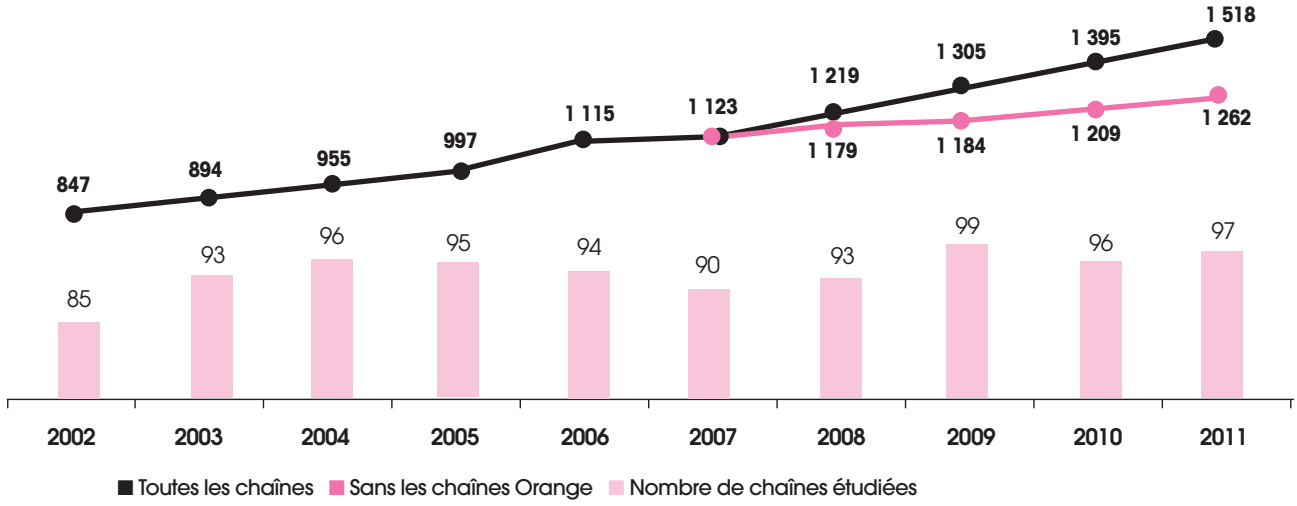
Evolution du chiffre d'affaires des chaînes payantes depuis dix ans

En l'espace de dix ans, le chiffre d'affaires en euros courants des chaînes payantes a progressé de 79 % alors que dans le même temps, le nombre de chaînes a augmenté de 13 % [17].

---

(14) Les chaînes Canal+ sont : Canal+, Canal+ Cinéma, Canal+ Sport, Canal+ Family et Canal+ Décalé.
(15) Les données financières concernant les chaînes Canal+ sont celles de la « Société d'édition de Canal Plus ».
(16) Abonnés individuels ou collectifs (France Métropolitaine, DOM-TOM, Afrique).
(17) Cf. graphique p75 « Évolution du nombre de chaînes étudiées depuis 10 ans ».

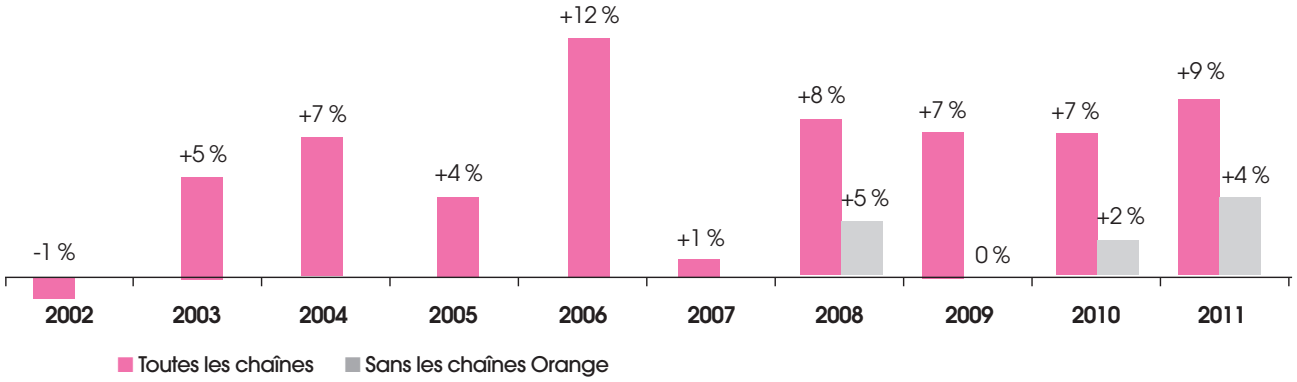
ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES DES CHAÎNES PAYANTES (en M€)
ET DU NOMBRE DE CHAÎNES ÉTUDIÉES DEPUIS DIX ANS (hors les chaînes Canal+)



Source : CSA sur la base des déclarations des éditeurs. Ce tableau contient des arrondis.

Depuis 2002, l'évolution du chiffre d'affaires est régulière. A partir de 2008, elle est plus soutenue, grâce au lancement de sept chaînes éditées par Orange, deux chaînes sportives, Orange Sport et Orange Sport Info, et cinq chaînes cinéma (bouquet Orange Cinéma Séries) [18].

CROISSANCE ANNUELLE DU CHIFFRE D'AFFAIRES DES CHAÎNES PAYANTES
DEPUIS DIX ANS (en % et hors les chaînes Canal+)



Source : CSA sur la base des déclarations des éditeurs. Ce tableau contient des arrondis.

Décomposition du chiffre d'affaires des chaînes payantes

STABILITÉ DES RÉMUNÉRATIONS SAUF POUR LES CHAÎNES ORANGE

En 2011, les recettes d'abonnement représentent la part la plus importante du chiffre d'affaires des chaînes payantes (62 %) soit 930,2 M€, en progression de 9 % (79,2 M€). Si l'on exclut du périmètre les chaînes d'Orange (Orange Cinéma Séries et Orange Sport), dont la redevance a significativement augmenté en 2011 (70,5 M€), la croissance des recettes d'abonnement est de 1 % (8,6 M€).

À l'exception de l'augmentation des recettes d'abonnement des chaînes d'Orange et de TPS Star, le niveau de rémunération versé par les distributeurs aux chaînes payantes n'a pas connu d'évolution significative en 2011 :

- 47 chaînes ont vu leur rémunération augmenter, souvent de façon très modérée. Seules trois ont vu leur rémunération croître significativement en valeur absolue en 2011 (Comédie+, Eurosport et Téva) ;
- 34 chaînes ont des rémunérations en baisse. Quatre d'entre elles ont vu leur rémunération diminuer d'au moins 1 M€ ;
- 14 chaînes ont des rémunérations stables. Parmi ces dernières, 12 ne sont pas ou très peu rémunérées par les distributeurs (moins de 10 % du total de leur chiffre d'affaires).

[18] Les éléments financiers de ces chaînes cinéma, lancées en novembre 2008, ne sont intégrés dans l'étude qu'à partir de 2009.

Le montant des redevances est très variable selon les services : les chaînes cinéma et certaines chaînes de sport perçoivent des redevances très élevées. La somme des redevances perçues par ces services représente près de 50 % du total des redevances des chaînes payantes et celles des seules chaînes éditées par Orange, plus du quart du total.

DES RECETTES PUBLICITAIRES EN HAUSSE

En 2011, les recettes publicitaires des chaînes payantes s'élèvent à 188,6 M€ soit une croissance de 9 % (+15,5 M€). Une part significative de cette croissance est due à l'entrée dans le périmètre de cette étude en 2011 d'une nouvelle chaîne, Africa 24. A périmètre constant par rapport à 2010, l'augmentation du chiffre d'affaires publicitaire des chaînes payantes est de 5 %.

Les investissements publicitaires restent, comme les années précédentes, concentrés sur un petit nombre de services. Sept chaînes (Euronews, L'Equipe TV, Téva, Paris Première, TV Breizh, LCI et Eurosport) réunissent plus de 50 % du total des ressources publicitaires.

La part moyenne des recettes publicitaires en 2011 dans le chiffre d'affaires des chaînes payantes est de 11 %, mais l'examen service par service fait apparaître une grande diversité de situations :

- pour sept chaînes, Africa 24, Montagne TV, Ma Chaîne Etudiante, NRJ Hits, Téva, Game One et Piwi+, les recettes publicitaires représentent plus de 50 % de leur chiffre d'affaires ;
- pour 37 chaînes, les recettes publicitaires représentent moins de 10 % du chiffre d'affaires ;
- 11 chaînes n'ont enregistré aucune recette publicitaire en 2011, comme les cinq chaînes Orange Cinéma Séries, Orange Sport et les deux services de paiement à la séance, CanalPlay PPV et Kiosque Sport.

UNE AUGMENTATION CONSTANTE DES « AUTRES PRODUITS »

Les « autres produits » sont composés de recettes de natures diverses : ventes de programmes, interactivité, prestations techniques, diversification, etc.

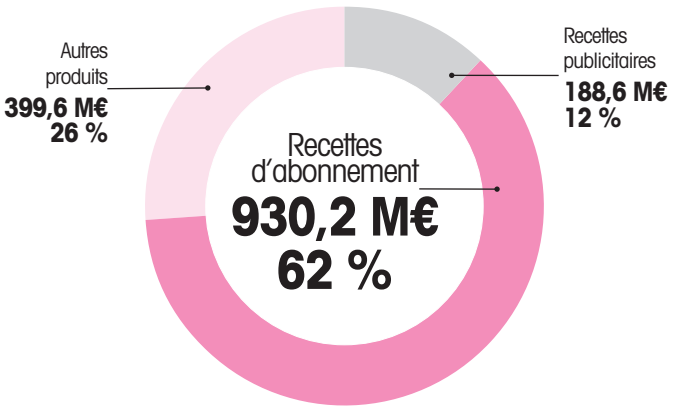
En 2011, ils représentent 399,6 M€, soit 26 % du chiffre d'affaires total, contre 371 M€ en 2010, soit une augmentation de 8 %.

Ces recettes sont réalisées à hauteur de 68 % par les services de paiement à la séance et de téléachats, ces deux types de services ne percevant pas de rémunérations de la part des distributeurs et ne diffusant pas de publicité :

- les « autres produits » de Kiosque Sport et de CanalPlay PPV, constitués de ventes à l'unité ou par abonnement de programmes ;
- les « autres produits » des chaînes de téléachat, M6 Boutique et Best of Shopping.

Le bilan financier d'Euronews présente également un montant élevé d'« autres produits », constitués essentiellement de ventes de prestations à des télévisions étrangères.
Les « autres produits » des autres chaînes étudiées restent à des niveaux modestes.

RÉPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES 2011 DES CHAÎNES PAYANTES SELON LA NATURE DES RECETTES (hors les chaînes Canal+)

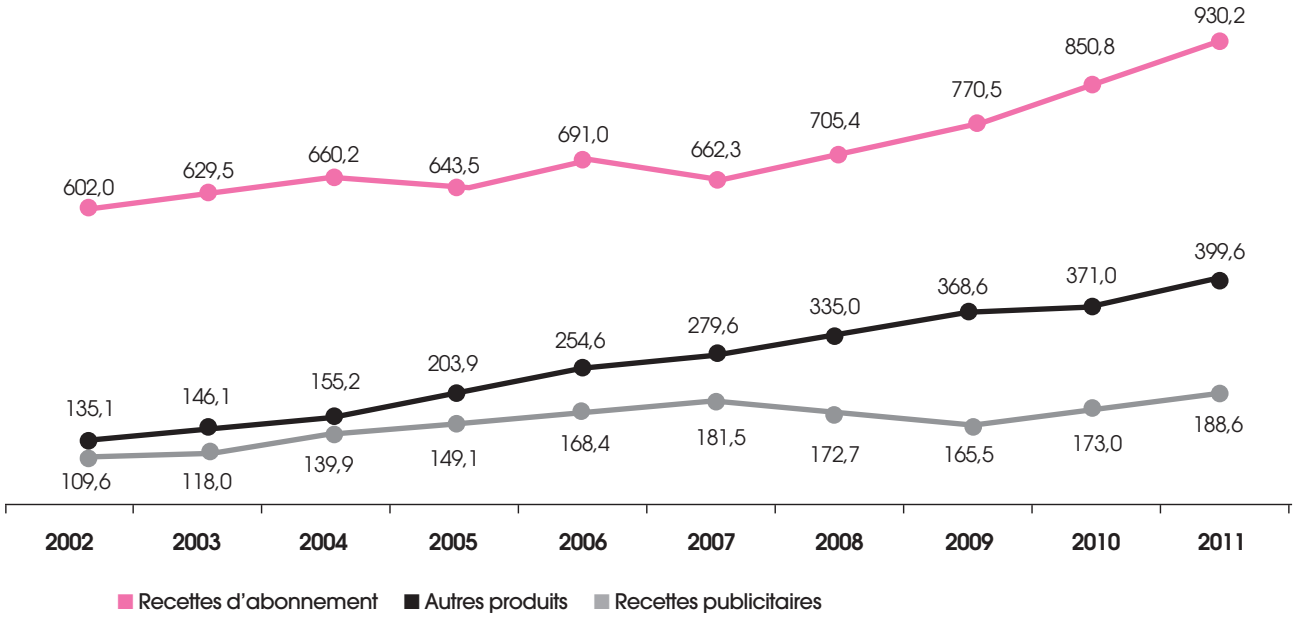


Source : CSA d'après les déclarations des éditeurs. Ce tableau contient des arrondis.

Évolution de la décomposition du chiffre d'affaires depuis 10 ans

En l'espace de 10 ans, les recettes d'abonnement en euros courants ont augmenté de 55 %, soit une hausse de plus de 328 M€. Cependant, la croissance de ces recettes est particulièrement dynamique depuis 2007 (+40 % entre 2007 et 2011), essentiellement grâce au lancement des chaînes Orange. Les recettes publicitaires, en revanche, ont augmenté de 66 % entre 2002 à 2007 (+72 M€) et connaissent depuis une croissance plus modérée (+4 % de croissance entre 2007 et 2011, soit 8 M€).

ÉVOLUTION DES DIFFÉRENTES COMPOSANTES DU CHIFFRE D'AFFAIRES DES CHAÎNES PAYANTES DEPUIS DIX ANS (en M€)



Source : CSA d'après les déclarations des éditeurs. Ce tableau contient des arrondis.

Répartition des sociétés éditrices par chiffre d'affaires

Les 54 sociétés éditrices de chaînes payantes ont des économies très contrastées. Celles qui réalisent les chiffres d'affaires les plus élevés éditent souvent plusieurs services comme AB Thématiques (12 chaînes), Multithématiques (10 chaînes), filiale de Groupe Canal+, ou encore Lagardère Thématiques (6 chaînes).

SOCIÉTÉS ÉDITRICES DE CHAÎNES PAYANTES CLASSÉES SELON LE CHIFFRE D'AFFAIRES (CA) RÉALISÉ EN 2011

0,4 M€ < CA < 1 M€	1 M€≤ CA < 5 M€	5 M€ ≤ CA < 15 M€		15 M€ ≤ CA < 40 M€	40 M€ ≤ CA < 80 M€	CA ≥ 80 M€
Astrocenter	3A Télésud	Africa 24	Motors TV	13ème Rue	AB Thématiques (12 chaînes)	Kiosque Sport
Ma Chaîne Etudiante	Berbère TV	Kiosque [19]	OM TV	Equidia (2 chaînes)	Disney Channel (3 chaînes)	Multithématiques (10 chaînes)
Montagne TV	Best of shopping	Cuisine TV	Série Club	Jimmy/Comédie (2 chaînes)	Euronews	Orange Sports
No Life	Girondins TV	France 24	Stylia	L'Equipe TV	Eurosport (2 chaînes)	Orange Cinéma Séries (5 chaînes)
	Histoire	Game One	Trace TV (3 chaînes)	M6 Boutique and Co	Lagardère Thématiques (6 chaînes)	
	NRJ Hits	Infosport	Ushuaïa TV	Paris Première	LCI	
	OL TV	KTO	Vivolta	Planète Câble (4 chaînes)	TPS Star	
	Onzéo	La Chaîne Météo	Voyage	Sport+		
		M6 Music (3 chaînes)		Téva		
		Ma Chaîne Sport (3 chaînes)		TF6		
		Mezzo		TV Breizh		
		Mélody				

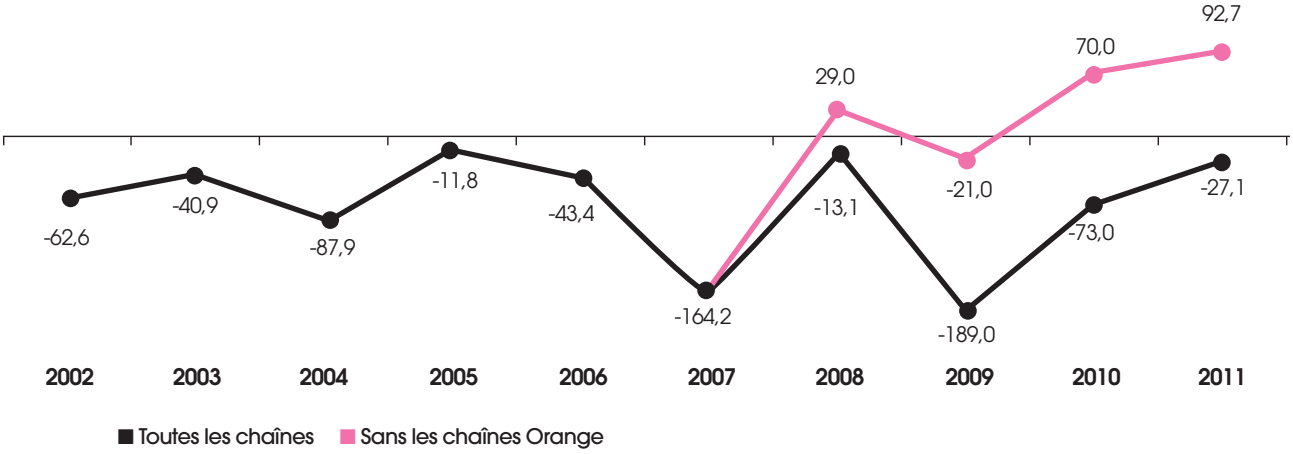
Source : CSA d'après les déclarations des éditeurs.

[19] Cette société édite le service de paiement à la séance CanalPlay PPV.

Un résultat d'exploitation toujours négatif mais un résultat net positif pour la deuxième fois depuis 10 ans

En 2011, le cumul des résultats d'exploitation des 98 chaînes payantes étudiées prises globalement reste négatif (-27,1 M€) mais se situe à un niveau inférieur à celui de 2010 (-73 M€). Sans les chaînes d'Orange qui accumulent de lourdes pertes d'exploitation en 2011, le résultat opérationnel de l'ensemble des chaînes payantes ainsi que leur résultat net seraient largement positifs.

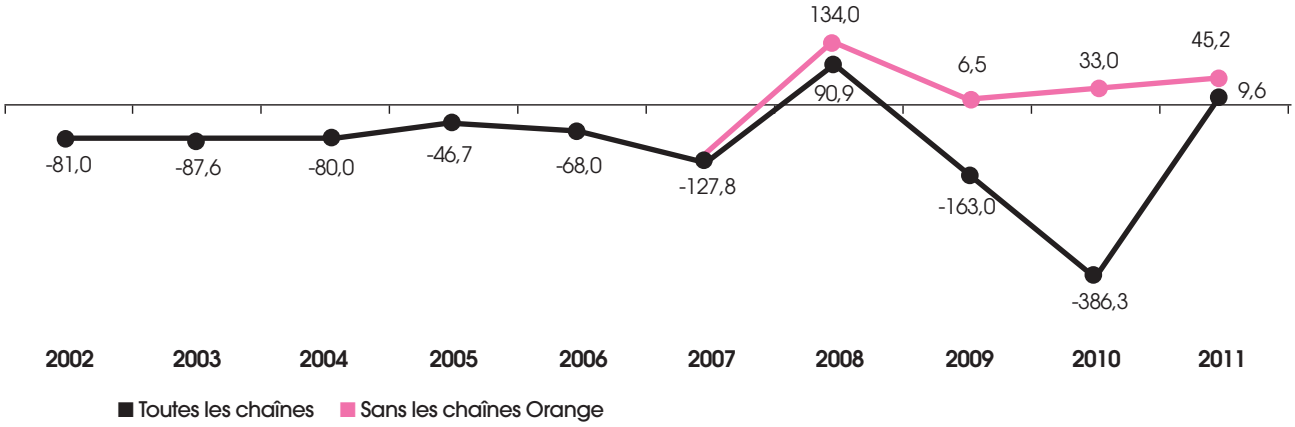
ÉVOLUTION DU RÉSULTAT D'EXPLOITATION DES CHAÎNES PAYANTES AVEC ET SANS LES CHAÎNES D'ORANGE DEPUIS DIX ANS (en M€)



Source : CSA d'après les déclarations des éditeurs. Ce tableau contient des arrondis.

41 sociétés présentent des résultats positifs ou en équilibre et 13 sociétés enregistrent des pertes en 2011. Outre les chaînes Orange qui accumulent les pertes les plus élevées, cinq sociétés enregistrent des pertes supérieures à 2 M€ en 2011.

ÉVOLUTION DU RÉSULTAT NET DES CHAÎNES PAYANTES AVEC ET SANS LES CHAÎNES D'ORANGE DEPUIS DIX ANS (en M€)



Source : CSA d'après les déclarations des éditeurs. Ce tableau contient des arrondis.

Le résultat net de l'ensemble des chaînes payantes est positif pour la deuxième fois en dix ans (9,6 M€) alors qu'il était lourdement négatif en 2010 (-386,3 M€). En 2010, ce résultat net négatif était dû aux résultats fortement déficitaires des chaînes d'Orange. Si l'on excluait du périmètre ces chaînes, le secteur des chaînes payantes afficherait un résultat net positif de 33 M€. En 2011, le résultat net des chaînes Orange s'étant amélioré, les chaînes payantes parviennent dans leur ensemble à afficher un résultat net positif.

Sur les 54 sociétés étudiées, 37 présentent des résultats nets positifs (soit près de 70 %) contre seulement douze qui affichent un résultat net négatif. Cinq sociétés sont à l'équilibre (résultat net proche de zéro).

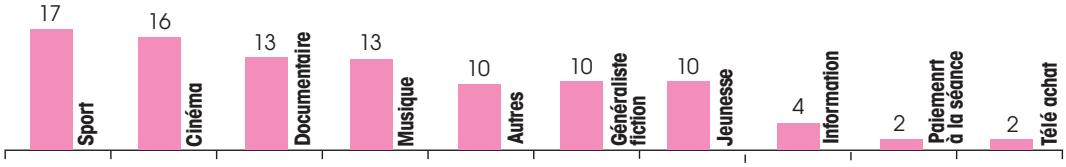
2.2 ANALYSE DE LA SITUATION FINANCIÈRE DES CHAÎNES PAYANTES SELON LEUR THÉMATIQUE [20] (hors les chaînes Canal+)

Poids respectif de chacune des thématiques

Les thématiques les mieux représentées en nombre de chaînes sont celles relatives au sport (17 chaînes), au cinéma (16 chaînes) puis à la musique et aux documentaires (13 chaînes).

Malgré le nombre déjà important de chaînes existantes dans la thématique Sport, deux nouvelles chaînes ont été lancées en 2011, Ma Chaîne Sport Bien-être et Equidia Life, toutes deux étant des déclinaisons de chaînes existantes.

NOMBRE DE CHAÎNES PAYANTES PAR THÉMATIQUE EN 2011



Source : CSA.

Le chiffre d'affaires de chaque thématique n'est pas toujours proportionnel au nombre de chaînes présentes dans chaque thématique, des écarts importants existant dans le chiffre d'affaires moyen par chaîne selon les thématiques.

Une analyse plus fine ne peut cependant pas être effectuée sur le chiffre d'affaires moyen de certaines thématiques. En effet, même s'ils appartiennent à une même thématique, certains services sont difficilement comparables : ainsi, des services exploitant des droits « premium », qu'ils soient de sport ou de cinéma (comme Sport+ ou TPS Star), ne sont pas comparables à des chaînes de sport consacrées, par exemple, à un club de football (comme OM TV) ou diffusant des films de catalogue (comme Action).

[20] Pour la première fois dans cette étude, les chaînes éditées par AB Thématiques sont classées individuellement par thématique.

CHIFFRE D'AFFAIRES TOTAL ET CHIFFRE D'AFFAIRES MOYEN DES CHAÎNES PAYANTES VENTILÉS PAR THÉMATIQUE EN 2011

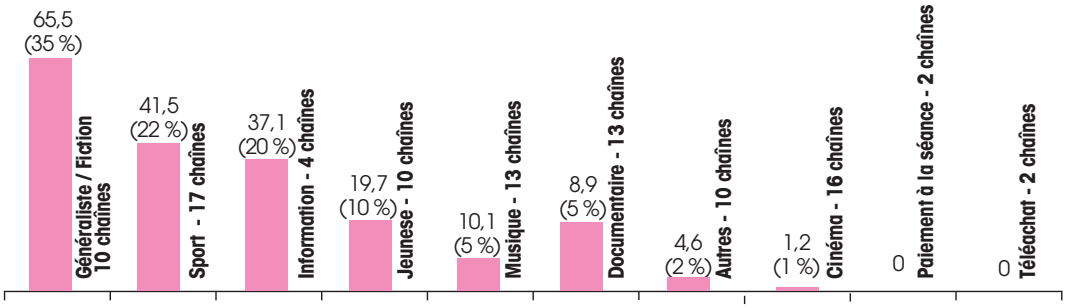
THÉMATIQUES	CHAÎNES	NOMBRE DE CHAÎNES	CA TOTAL DE LA THÉMATIQUE (en M€ et %)	CA MOYEN PAR CHAÎNE (en M€)
SPORT	AB Moteurs, Equidia Life, Equidia Live, Eurosport France, Eurosport 2, Girondins TV, Infosport, L'Equipe TV, Ma chaîne Sport, Ma chaîne Sport Bien-être, Ma Chaîne Sport Extrême, Motors TV, OL TV, OM TV, Onzéo, Orange Sport, Sport+	17	362,7 (24 %)	21,3
CINÉMA	Action, Ciné Polar, Ciné FX, Ciné+ Premier, Ciné+ Emotion, Ciné+ Frisson, Ciné+ Club, Ciné+ Famiz, Ciné+ Classic, Ciné+ Star, Orange Ciné Choc, Orange Cinéma Géants, Orange Cinéma Happy, Orange Cinéma Max, Orange Cinéma Novo, TPS Star	16	294,0 (19 %)	18,4
PAIEMENT À LA SÉANCE	CanalPlay PPV, Kiosque Sport	2	230,6 (15 %)	115,3
GÉNÉRALISTES / FICTION	13ème Rue, AB1, Comédie+, Jimmy, Paris Première, Série Club, TF6, Téva, TV Breizh, Vivolta	10	189,6 (12 %)	19,0
INFORMATION	Africa 24, France 24, Euronews, LCI	4	117,8 (8 %)	29,5
JEUNESSE	Canal J, June, Tiji, Disney Channel, Disney Junior, Disney XD, Mangas, Game One, Piwi+ , Télétoon+	10	101,8 (7 %)	10,2
DOCUMENTAIRE	Animaux, Chasse et Pêche, Encyclo, Escales, Histoire, Planète+, Planète+ Justice, Planète+ No Limit, Planète+ Thalassa, Seasons, Toute l'Histoire, Ushuaïa TV, Voyage	13	86,7 (6 %)	6,7
MUSICALE	M6 Music Hits, M6 Music Black, M6 Music Club, MCM, MCM Top, MCM Pop, Mélody TV, Mezzo, NRJ Hits, No Life, Trace Africa, Trace Urban, Trace Tropical	13	50,0 (3 %)	3,8
TÉLÉACHAT	Best of Shopping, M6 Boutique and Co	2	40,7 (3 %)	20,4
AUTRES	3A Télésud, Astrocenter TV, Berbère TV, Cuisine TV, KTO, La Chaîne Météo, Ma chaîne étudiante, Montagne TV, Stylia, XXL	10	44,5 (3 %)	4,5
TOTAL		**97**	**1 518,4 (100 %)**	**15,7**

Source : CSA d'après les déclarations des éditeurs. Ce tableau contient des arrondis.

Poids de chacune des thématiques dans le chiffre d'affaires publicitaire

La ventilation par thématique du chiffre d'affaires publicitaire fait apparaitre que la thématique Généraliste / Fiction recueille plus du tiers du total des ressources publicitaires. Les chaînes d'information sont celles qui réalisent le chiffre d'affaires publicitaire moyen par chaîne le plus élevé (9,3 M€).

CHIFFRE D'AFFAIRES PUBLICITAIRE DES CHAÎNES PAYANTES VENTILÉ PAR THÉMATIQUE EN 2011 (en M€) ET PART RELATIVE DE CHAQUE THÉMATIQUE SUR LE CA TOTAL

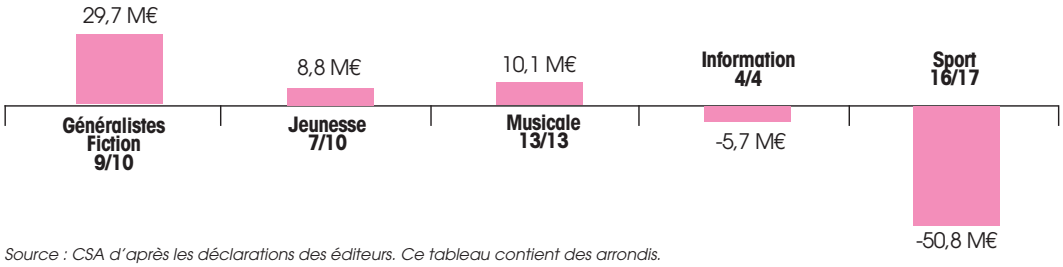


Source : CSA d'après les déclarations des éditeurs. Ce tableau contient des arrondis.

Résultats financiers des chaînes payantes selon leur thématique

Le graphique ci-dessous présente le résultat d'exploitation des chaînes payantes classées par thématiques [21] [22]. Deux thématiques présentent des résultats financiers négatifs : l'information et le sport.

RÉSULTAT D'EXPLOITATION DES CHAÎNES PAYANTES CLASSÉES PAR THÉMATIQUE EN 2011 (nombre de services étudiés / nombre de services dans la thématique)



Source : CSA d'après les déclarations des éditeurs. Ce tableau contient des arrondis.

Les résultats d'exploitation des thématiques Sport et Information suivent une même tendance depuis 10 ans.

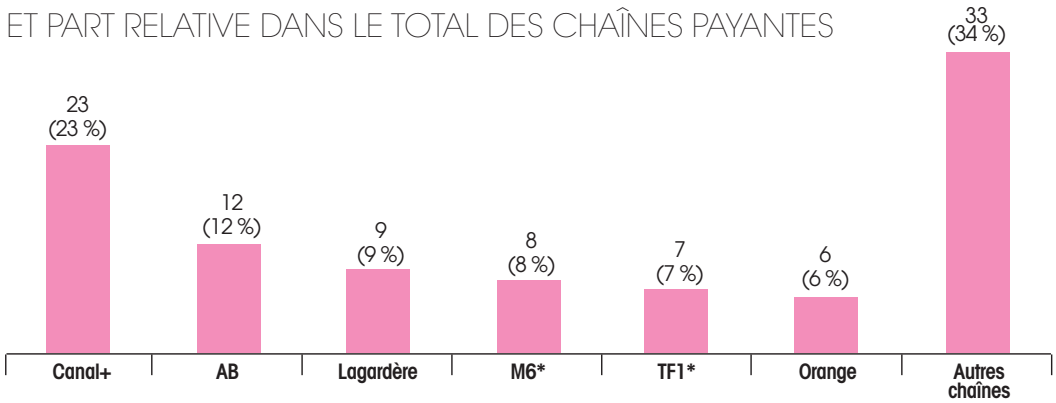
Les sociétés éditant les chaînes des thématiques Jeunesse et Musicale présentent toutes des résultats d'exploitation positifs, ainsi que les sociétés de la catégorie Généraliste / Fiction, à une exception près.

2.3 ANALYSE FINANCIÈRE DES CHAÎNES PAYANTES PAR GROUPE [23]

Analyse du poids respectif de chaque groupe en 2011

Le groupe Canal+, avec sa chaîne « premium » et ses déclinaisons (« les chaînes Canal+ »), et ses 22 chaînes [24] thématiques éditées par 9 sociétés différentes [25], réalise un chiffre d'affaires cumulé de 2 410,9 M€ et domine toujours le marché de l'édition de chaînes payantes.

NOMBRE DE CHAÎNES PAYANTES ÉDITÉES PAR GROUPE EN 2011 ET PART RELATIVE DANS LE TOTAL DES CHAÎNES PAYANTES



Source : CSA d'après les déclarations des éditeurs. Ce tableau contient des arrondis.

** Les chaînes Série Club et TF6, détenues à parité par les groupes TF1 et M6. ont été comptabilisées pour chacun de ces groupes comme une chaîne supplémentaire.*

---

[21] L'analyse des résultats d'exploitation (REX) et des résultats nets (RN) par thématique présentée dans cette partie de l'étude n'intègre pas les résultats de l'ensemble des chaînes présentes dans chaque thématique. En effet, alors que les sociétés qui éditent plusieurs services, comme la société Multithématiques (11 chaînes) ou la société AB thématiques (12 chaînes), isolent le chiffre d'affaires de chacun des services édités dans le cadre d'une comptabilité analytique, aucune information concernant le REX ou le RN par service n'est en revanche fournie. N'ont pu être intégrés dans l'analyse des REX par thématique, AB Moteurs dans la thématique Sport ; les 7 chaînes Ciné+, Action, Ciné Polar et Ciné FX dans la thématique Cinéma ; Animaux, Chasse et Pêche, Encyclo, Escales, Seasons et Toute l'Histoire dans la thématique Documentaire ; Mangas, Piwi+ et Télétoon+ dans la thématique Jeunesse ; et AB1 dans la thématique Généraliste/Fiction.

[22] Seules les thématiques les plus importantes ont été retenues, à l'exception des thématiques Cinéma et Documentaire pour lesquelles le nombre de services dont les résultats d'exploitation étaient connus était trop limité par rapport au nombre total de chaînes présentes dans la thématique.

[23] Il s'agit du cumul des résultats des chaînes éditées par un groupe audiovisuel donné. Les chaînes n'appartenant pas aux groupes audiovisuels mentionnés sont regroupées dans la catégorie Autres. Cette catégorie rassemble des chaînes indépendantes, deux chaînes publiques (Euronews et France 24) et des chaînes appartenant à des groupes audiovisuels internationaux.

[24] L'appellation « Les chaînes Canal+ » regroupe les services suivants : Canal+, Canal+ Cinéma, Canal+ Sport, Canal+ Family et Canal+ Décalé. Elles sont comptabilisées comme une seule chaîne, puisque, juridiquement, elles n'ont qu'une convention avec le CSA et bénéficient du statut de chaîne à programmation multiple.

[25] Ces neuf sociétés sont les suivantes : Multithématiques, Jimmy/Comédie, Planète Câble, TPS Star, Canal+ Distribution (éditrice de Kiosque Sport), Kiosque (éditrice de CanalPlay PPV), Cuisine TV, TPS Sport (éditrice d'Infosport) et Sport+.

CHIFFRE D'AFFAIRES DES CHAÎNES PAYANTES VENTILÉ PAR GROUPE EN 2011
(avec et sans les chaînes Canal+)

GROUPES	CHAÎNES	CHIFFRE D'AFFAIRES (en M€)	Part de chaque groupe dans le CA total (hors chaînes Canal+)	Part de chaque groupe dans le CA total (avec chaînes Canal+)
CHAÎNES THÉMATIQUES DU GROUPE CANAL+	Ciné+ (7 chaînes), CanalPlay PPV, Comédie+, Cuisine+, Jimmy+, Infosport+, Kiosque Sport, Piwi+, Planète+, Planète+ Justice, Planète+ no Limit, Planète+ Thalassa, Seasons, Sport+, Télétoon+, TPS Star	553,9	36 %	16 %
LES CHAÎNES CANAL+	Canal+, Canal+ Cinéma, Canal+ Sport, Canal+ Family, Canal+ Décalé	1 857,0		55 %
TOTAL GROUPE CANAL+		2 410,9		71 %
ORANGE	Orange Sport, Orange Cinéma Choc, Orange Cinéma Géants, Orange Cinéma Happy, Orange Cinéma Max, Orange Cinéma Novo	256,3	17 %	8 %
TF1	Eurosport France, Eurosport 2, Histoire, LCI, Stylia, TV Breizh, Ushuaïa TV, Série Club /TF6*	157,6	10 %	5 %
M6	Best of Shopping, Girondins TV, M6 Boutique and Co, M6 Music Hits, M6 Music Black, M6 Music Club, Paris Première, Téva, Série Club /TF6*	119,7	8 %	4 %
AB	AB1, AB Moteurs, Action, Animaux, Chasse et Pêche, Ciné Polar, Ciné FX, Encyclopedia, Escales, Mangas, Toute l'histoire, XXL	61,7	4 %	2 %
LAGARDÈRE	Canal J, June, MCM, MCM Top, MCM Pop, Mezzo, Tiji	59,3	4 %	2 %
AUTRES CHAÎNES	13ème Rue, 3A Télésud, Astrocenter, Berbère TV, Disney Channel, Disney XD, Disney Junior, Equidia Life, Equidia Live, Euronews, Euronews 2, France 24, Game One, KTO, L'Equipe TV, La Chaîne Météo, Ma Chaîne Etudiante, Ma Chaîne Sport, Ma Chaîne Sport Extrême, Ma Chaine Sport Bien-être, Motors TV, Montagne TV, No Life, NRJ Hits, OL TV, OM TV, Onzéo, Mélody, Trace Africa, Trace Urban, Trace Tropical, Vivolta, Voyage	309,9	21 %	9 %
TOTAL SANS LES CHAÎNES CANAL+		**1 518,4**	**100 %**	
TOTAL AVEC LES CHAÎNES CANAL+		**3 375,4**		**100 %**

Source : CSA d'après les déclarations des éditeurs. Ce tableau comprend des arrondis.

** Les chaînes Série Club et TF6 sont détenues à parité par les groupes TF1 et M6. Le chiffre d'affaires cumulé de ces deux chaînes a été imputé pour moitié à chacun des groupes détenteurs de leur capital. Elles ont été comptabilisées pour chacun des groupes comme une chaîne.*

Le chiffre d'affaires cumulé du groupe Canal+ représente 36 % du total des chaînes payantes si les chaînes Canal+ sont exclues, 71 % si elles sont intégrées. Ces dernières, avec un chiffre d'affaires de 1 857 M€, réalisent 55 % du total du chiffre d'affaires toutes chaînes payantes confondues.

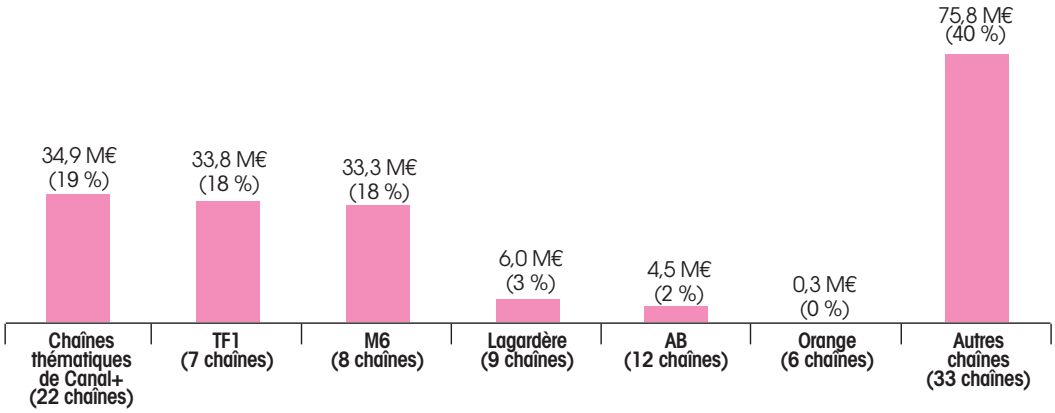
Analyse des résultats publicitaires des chaînes payantes par groupe (hors les chaînes Canal+ [26])

Les recettes publicitaires représentent en moyenne 11 % du chiffre d'affaires total des chaînes payantes en 2011, soit 188,6 M€. La ventilation par groupe de ces recettes permet de mesurer le poids respectif des différents acteurs sur le marché publicitaire. 40 % des recettes publicitaires totales sont réalisées par les « Autres chaînes ». Deux d'entre elles (Euronews et L'Equipe TV) ont un poids prépondérant : leurs recettes publicitaires cumulées représentent près de 45 % du total « Autres chaînes ».

Le niveau de recettes publicitaires réalisées par l'ensemble des chaînes thématiques éditées par les groupes Canal+, TF1 et M6 est comparable en 2011 comme l'indique le graphique ci-après. Cependant, les groupes M6 et TF1 éditant chacun un nombre relativement limité de chaînes payantes (respectivement huit et sept chaînes), les performances par chaîne sont bien supérieures à celles réalisées par les chaînes thématiques de Canal+ (plus de 4 M€ par chaîne contre 1,6 M€ pour « les chaînes thématiques du groupe Canal+ »). Le niveau relativement faible des recettes publicitaires réalisées par ces dernières s'explique par le fait que ce groupe édite un certain nombre des chaînes qui ne diffusent pas ou peu de publicités (chaînes cinéma ou de paiement à la séance).

[26] Les chaînes Canal+ n'ont pas été intégrées dans cette étude car leurs recettes publicitaires, 159 M€ en 2011, ont été réalisées pour l'essentiel sur les plages en clair de ce service. Les recettes publicitaires réalisées sur les plages en clair de Paris Première et de TPS Star ont, en revanche, été prises en compte dans l'analyse des recettes publicitaires des chaînes payantes.

CHIFFRE D'AFFAIRES PUBLICITAIRE DES CHAÎNES PAYANTES VENTILÉ PAR GROUPE EN 2011 ET PART RELATIVE DE CHAQUE GROUPE DANS LE TOTAL DES RECETTES PUBLICITAIRES (hors les chaînes Canal+)

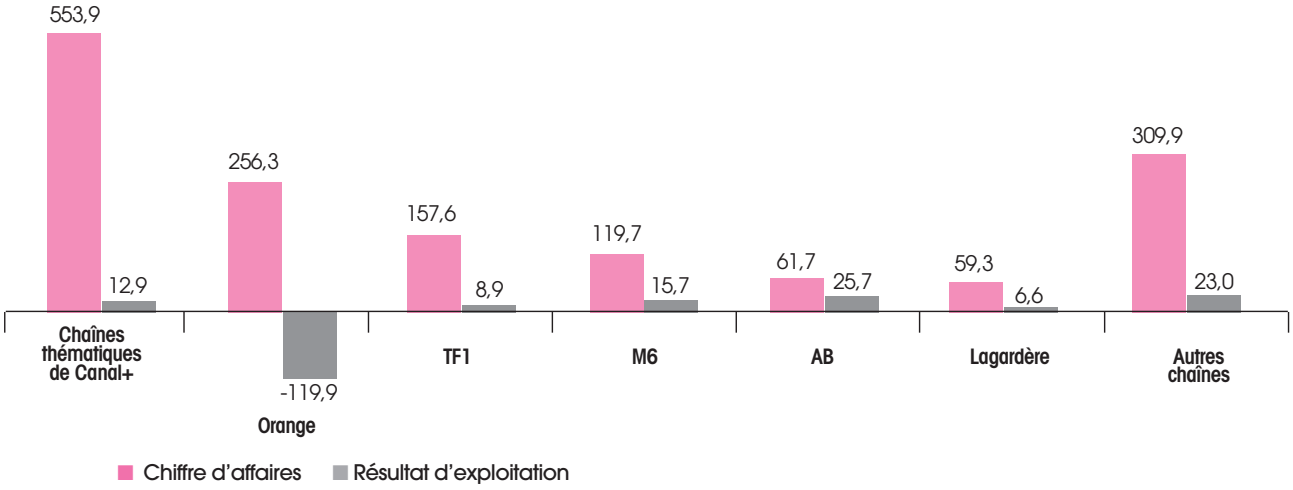


Source : CSA d'après les déclarations des éditeurs. Ce tableau contient des arrondis.

Analyse de la rentabilité des chaînes payantes selon leur groupe (hors les chaînes Canal+)

Le graphique ci-dessous permet de visualiser le cumul des chiffres d'affaires et des résultats d'exploitation des chaînes payantes par groupe.

CHIFFRE D'AFFAIRES ET RÉSULTAT D'EXPLOITATION DES CHAÎNES PAYANTES PAR GROUPE EN 2011 (en M€)



Source : CSA d'après les déclarations des éditeurs. Ce tableau contient des arrondis.

A l'exception des « chaînes thématiques du groupe Canal+ » qui voient leur résultat d'exploitation se dégrader en 2011, tous les autres groupes présentent, par rapport à 2010, soit une stabilité de leurs résultats opérationnels (comme les groupes AB et Lagardère) soit une amélioration (Orange, TF1, M6, « Autres chaînes »). Cette amélioration est particulièrement significative pour les « Autres chaînes », qui passent d'un résultat d'exploitation négatif en 2010 (- 5 M€) à un résultat largement positif en 2011 (23 M€). Cela s'explique en partie par la modification des règles comptables retenues pour les chaînes Equidia.

L'évolution du résultat net des chaînes payantes par groupe est stable depuis trois ans pour les groupes AB et M6. Les résultats nets des « chaînes thématiques de Canal+ » et du groupe Orange sont plus contrastés.

ÉVOLUTION DU RÉSULTAT NET PAR GROUPE (en M€)

GROUPES	2009	2010	2011
AB	16,9	16,8	16,9
M6	10,6	11,6	10,8
TF1	6,1	1,9	5,0
LAGARDÈRE	7,0	4,9	4,7
LES CHAÎNES THÉMATIQUES DU GROUPE CANAL+	-47,8	17,6	0,0
ORANGE	-169,5	-419,3	-35,6
AUTRES	13,7	-19,8	7,8
TOTAL	**-163,0**	**-386,3**	**1,8**

Source : CSA à partir des déclarations des éditeurs.

2e PARTIE : LA PUBLICITÉ

REMARQUES MÉTHODOLOGIQUES

Les « investissements publicitaires bruts » reflètent les tarifs et montants avant remises et dégressifs. Ils n'intègrent pas l'évolution des politiques et négociations commerciales, variables d'une chaîne à l'autre, d'un média à l'autre.

Les données publicitaires « nettes » de ce chapitre correspondent aux revenus effectivement perçus par les régies des chaînes. Cette définition diffère de celle retenue par le CSA dans la première partie de ce chapitre, dans laquelle « les recettes publicitaires nettes » sont celles effectivement perçues par les chaînes après déduction des commissions des régies.

Les recettes publicitaires « nettes », mesurées par l'IREP, sont les recettes après déduction des remises professionnelles, hors échanges marchandises, petites annonces presse incluses.

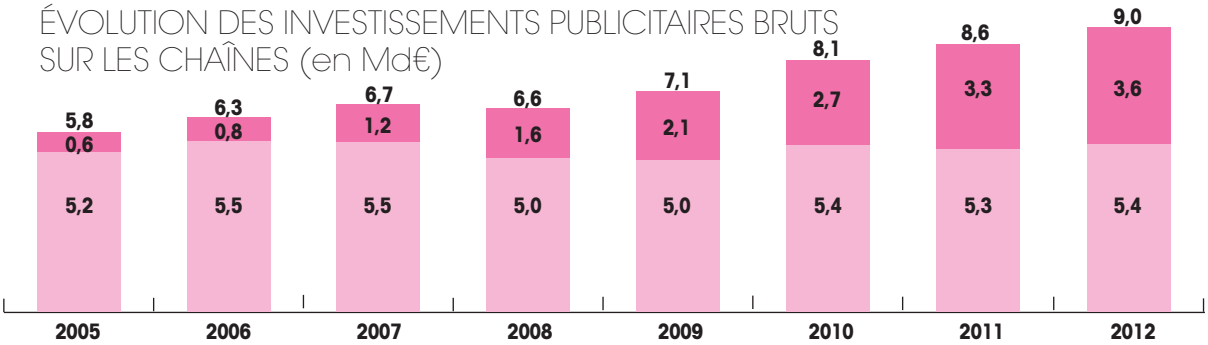
Les dépenses publicitaires « nettes », mesurées par France Pub, comprennent les achats en net (hors petites annonces presse), les commissions et honoraires des agences ainsi que les frais techniques et de fabrication.

Le périmètre retenu porte sur les chaînes de télévision nationales. La chaîne locale d'Ile-de-France, BFM Business, mesurée depuis 2011 par Kantar Média, n'est donc pas prise en compte.

1. INVESTISSEMENTS PUBLICITAIRES BRUTS SUR L'ENSEMBLE DES CHAÎNES

En 2012, les annonceurs ont investi 9 Md€ bruts (aux prix tarifs, avant remises et dégressifs) dans la publicité télévisée (hors parrainage).

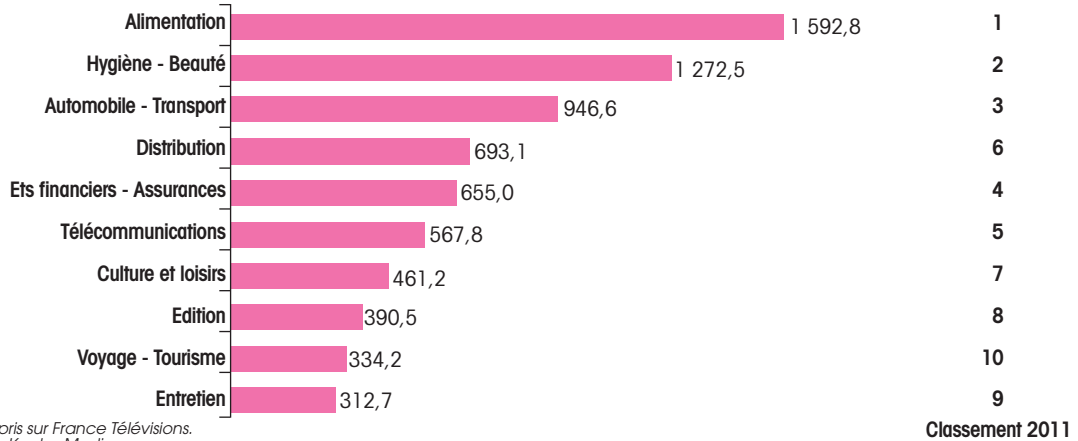
ÉVOLUTION DES INVESTISSEMENTS PUBLICITAIRES BRUTS SUR LES CHAÎNES (en Md€)



Chaînes numériques (hors chaînes historiques). *Chaînes hertziennes historiques.*

Source : Kantar Media.

CLASSEMENT DES SECTEURS ANNONCEURS EN TÉLÉVISION* SELON LES INVESTISSEMENTS PUBLICITAIRES BRUTS EN 2012 (en M€, hors parrainage)



*Y compris sur France Télévisions.
Source : Kantar Media.

En hausse de 2,8 % par rapport à 2011, les investissements publicitaires du secteur Alimentation figurent en tête des secteurs annonceurs en 2012, avec 1 593 M€ bruts. A noter : en un an, les annonceurs du secteur de la Distribution ont augmenté de 23 % leurs investissements publicitaires bruts en télévision.

Indicateurs publicitaires sur les chaînes hertziennes historiques

En 2012, les investissements des annonceurs se stabilisent sur les sept chaînes hertziennes historiques [1] pour atteindre 5 409 M€ bruts. Ces sept chaînes représentent plus de 55 % du total des investissements bruts des annonceurs en télévision (parrainage inclus).

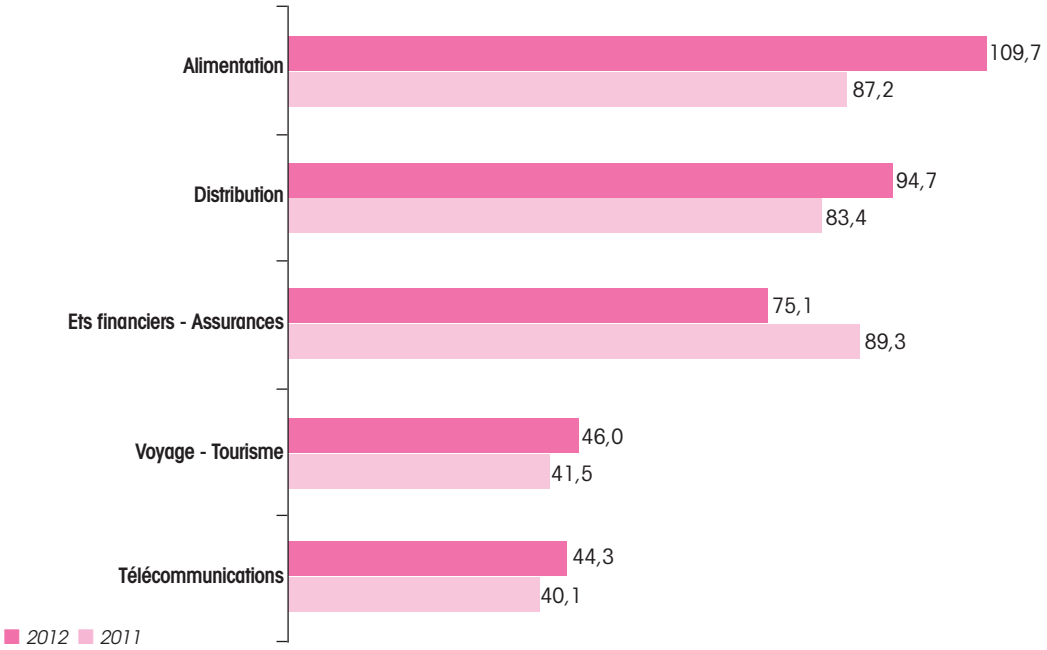
CLASSEMENT DES 10 PREMIERS SECTEURS ANNONCEURS SUR LES SEPT CHAÎNES HERTZIENNES HISTORIQUES EN 2012 (en M€, hors parrainage)

	M€	%
Alimentation	1 033,4	19 %
Hygiène - Beauté	874,3	16 %
Automobile - Transport	513,2	10 %
Distribution	434,6	8 %
Ets financiers - Assurances	382,6	7 %
Télécommunications	332,8	6 %
Entretien	226,5	4 %
Edition	219,7	4 %
Voyage - Tourisme	187,3	4 %
Santé	186,3	3 %
TOTAL TOP 10	**4 390,7**	**81 %**

Source : Kantar Media, données brutes. Ce tableau contient des arrondis.

Le budget total investi en parrainage TV sur les sept chaînes hertziennes historiques est de 669,7 M€ bruts, avant remises et dégressifs, soit 7 % du total des investissements bruts des annonceurs en télévision. 666 annonceurs ont communiqué en parrainage sur les sept grandes chaînes au cours de l'année 2012.

CLASSEMENT DES 5 PREMIERS SECTEURS ANNONCEURS EN PARRAINAGE TV SUR LES SEPT CHAÎNES HERTZIENNES HISTORIQUES EN 2012 (en M€)



Source : Kantar Media. Données brutes.

[1] Les sept chaînes historiques sont les suivantes : TF1, France 2, France 3, France 5, M6, Canal+ et Arte.

Les investissements publicitaires bruts sur les chaînes numériques (hors « chaînes hertziennes historiques »)

Une nouvelle fois en 2012, il convient de souligner les bons résultats des chaînes numériques (hors « chaînes hertziennes historiques ») dont les investissements publicitaires bruts atteignent 3 581,1 M€, soit une augmentation de 300 M€ par rapport à 2011 (+9 %). Ils représentent 37 % du total des investissements bruts des annonceurs en télévision (parrainage inclus) en 2012. L'intégralité de cette progression est assurée par les nouvelles chaînes gratuites de la TNT, les chaînes numériques payantes subissant une légère baisse.

ÉVOLUTION DES INVESTISSEMENTS PUBLICITAIRES BRUTS SUR LES CHAÎNES NUMÉRIQUES (en M€, hors chaînes hertziennes historiques, hors parrainage)

	2006	2007	2008	2009	2010*	2011	2012
Chaînes numériques payantes [2]	629,9	789,4	753,9	734,4	804,9	875,4	855,7
Nouvelles chaînes gratuites de la TNT [3]	190,3	408,0	820,0	1 339,6	1 874,3	2 406,1	2 725,4
TOTAL	**820,2**	**1 197,4**	**1 573,9**	**2 074,0**	**2 679,2**	**3 281,5**	**3 581,1**

** Intégration de France Ô aux nouvelles chaînes gratuites de la TNT en 2010.*
Source : Kantar Media.

Le poids des chaînes numériques dans les investissements publicitaires bruts en télévision (hors « chaînes hertziennes historiques » et hors parrainage)

Les investissements publicitaires bruts sont en hausse dans presque tous les secteurs pour l'année 2012, avec notamment une augmentation de 52 M€ pour le secteur Distribution et de 50 M€ pour le secteur Alimentation.

CLASSEMENT DES 15 PREMIERS SECTEURS ANNONCEURS SUR LES CHAÎNES NUMÉRIQUES EN 2012

	M€	%*
Alimentation	559,5	16 %
Automobile - Transport	433,3	12 %
Hygiène - Beauté	398,2	11 %
Culture et loisirs	300,4	8 %
Ets financiers - Assurances	272,4	8 %
Télécommunications	235,0	7 %
Distribution	258,5	7 %
Edition	170,9	5 %
Services	140,8	4 %
Voyage - Tourisme	147,0	4 %
Information Media	80,1	2 %
Boissons	78,2	2 %
Entretien	86,2	2 %
Habillement - Accessoires - Textile	86,3	2 %
Santé	81,8	2 %
TOTAL TOP 15	**3 328,6**	**93 %**

**Poids dans l'ensemble des investissements réalisés sur les chaînes numériques.*
Source : Kantar Media. Ce tableau contient des arrondis.

[2] Soit 71 chaînes payantes (y compris les chaînes de la TNT payante).
[3] Les nouvelles chaînes gratuites de la TNT sont : D8, W9, TMC, NT1, NRJ12, France 4, BFM TV, i>Télé, D17, Gulli et France Ô.

La croissance des investissements publicitaires bruts sur les nouvelles chaînes gratuites de la TNT

Les nouvelles chaînes gratuites de la TNT continuent leur progression dans le paysage audiovisuel français. Les investissements des annonceurs y sont multipliés par plus de 6 en cinq ans.

ÉVOLUTION DES INVESTISSEMENTS PUBLICITAIRES BRUTS SUR LES NOUVELLES CHAÎNES GRATUITES NATIONALES DE LA TNT (en M€, hors parrainage)

	2007	2008	2009	2010	2011	2012
TMC	68,3	146,5	240,0	317,6	374,4	437,1
W9	60,0	124,6	227,2	334,9	355,9	423,4
NRJ12	39,6	95,3	165,0	210,7	320,0	355,2
I>TELE	64,8	77,8	128,8	219,9	321,5	313,8
BFM TV	37,4	60,9	108,2	162,9	222,1	295,6
NT1	36,1	83,3	126,2	157,4	220,3	284,3
D8	11,3	47,2	106,6	186,6	254,2	259,1
GULLI	24,2	67,8	94,9	150,2	191,5	200,2
D17	44,4	84,7	94,9	113,1	120,8	126,2
FRANCE 4	20,9	31,1	46,3	19,9	24,2	29,2
FRANCE Ô	0,9	0,9	1,4	1,2	1,3	1,2
TOTAL	**408,0**	**820,0**	**1 339,6**	**1 874,3**	**2 406,1**	**2 725,4**

Source : Kantar Media.

Les nouvelles chaînes gratuites de la TNT connaissent une progression de 13 % des investissements publicitaires bruts entre 2011 et 2012.

Le secteur Alimentation reste en tête des secteurs annonceurs sur les nouvelles chaînes gratuites de la TNT. L'alimentation progresse de plus de 58 M€ en un an. Le secteur Hygiène - Beauté progresse de 31 M€ en une année, passant de la troisième à la deuxième place.

CLASSEMENT DES 10 PREMIERS SECTEURS ANNONCEURS SUR LES NOUVELLES CHAÎNES GRATUITES DE LA TNT EN 2012

	M€	%*
Alimentation	448,6	16 %
Hygiène - Beauté	313,2	11 %
Automobile Transport	310,8	11 %
Ets financiers - Assurances	210,7	8 %
Distribution	208,4	8 %
Culture et Loisirs	198,9	7 %
Télécommunications	181,9	7 %
Édition	122,3	4 %
Voyage - Tourisme	115,5	4 %
Services	110,4	4 %
TOTAL TOP 10	**2 220,7**	**81 %**

**Poids dans l'ensemble des investissements réalisés sur les nouvelles chaînes gratuites de la TNT.*
Source : Kantar Media. Ce tableau comporte des arrondis.

Les investissements publicitaires bruts sur les chaînes numériques payantes (y compris les chaînes de la TNT payante)

En 2012, les annonceurs ont investi 855,7 M€ (données brutes) sur les chaînes numériques payantes. Ceci représente 8,7 % de l'ensemble de leurs investissements télévisés.

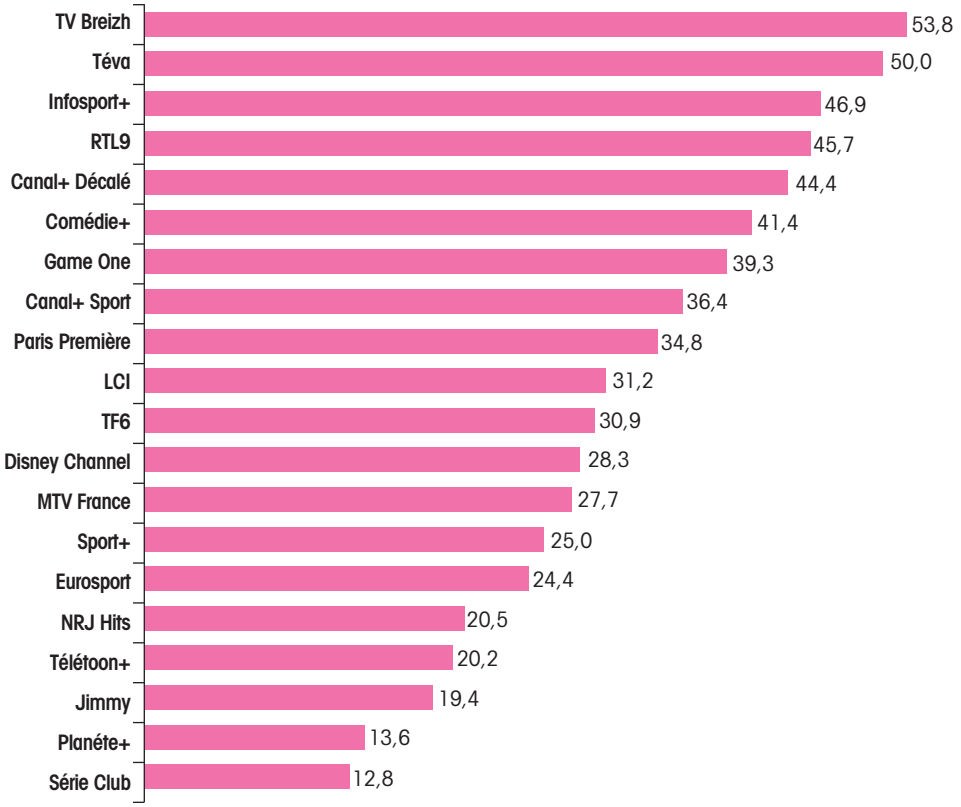
CLASSEMENT DES 10 PREMIERS SECTEURS ANNONCEURS SUR LES CHAÎNES NUMÉRIQUES PAYANTES EN 2012 (en %)

	M€	%*
Automobile - Transport	122,6	14 %
Alimentation	110,8	13 %
Culture et Loisirs	101,5	12 %
Hygiène - Beauté	85,1	10 %
Ets financiers - Assurances	61,7	7 %
Télécommunications	53,1	6 %
Distribution	50,1	6 %
Edition	48,5	6 %
Voyage - Tourisme	31,5	4 %
Services	30,4	4 %

** Pourcentage par rapport à l'ensemble des investissements réalisés sur les chaînes numériques payantes.*
Source : Kantar Media. Ce tableau contient des arrondis.

Le top 10 des secteurs annonceurs est composé des mêmes secteurs qu'en 2011. L'Automobile - Transport prend la tête du classement grâce à la croissance de ses investissements publicitaires (+8,1 % par rapport à 2011) devant l'Alimentation (-7 %) et le secteur Culture et Loisirs (-5,8 %).

CLASSEMENT DES 20 PREMIÈRES CHAÎNES NUMÉRIQUES PAYANTES EN TERMES D'INVESTISSEMENTS PUBLICITAIRES BRUTS EN 2012 (en M€, hors parrainage)



Source : Kantar Media.

ÉVOLUTION DES INVESTISSEMENTS PUBLICITAIRES BRUTS SUR LES 40 PREMIÈRES CHAÎNES NUMÉRIQUES PAYANTES (en M€, hors parrainage)

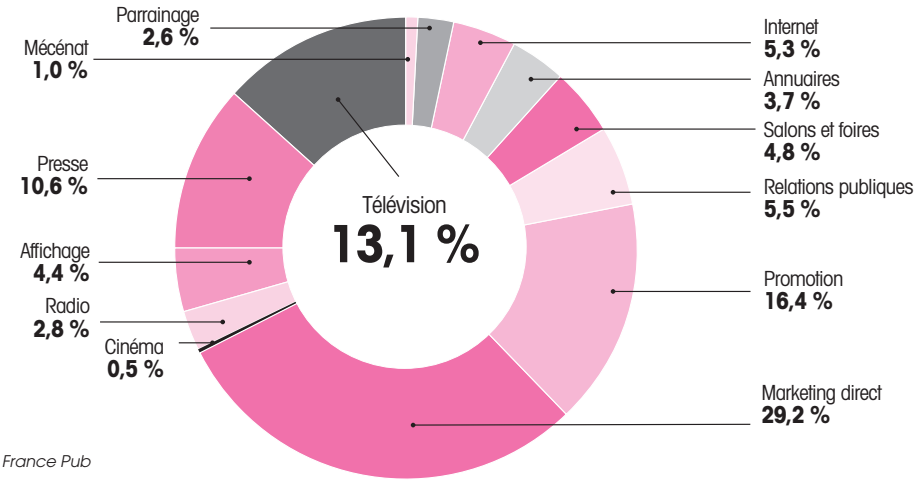
	2007	2008	2009	2010	2011	2012
TV BREIZH	50,7	41,7	38,2	49,2	44,3	53,8
TEVA	22,6	26,9	33,8	39,0	44,6	50,0
INFO SPORT+	16,8	22,6	25,2	42,4	50,7	46,9
RTL9	50,6	42,2	28,5	30,3	50,4	45,7
CANAL+ DECALE	17,0	17,1	21,7	36,1	41,2	44,4
COMEDIE+	22,5	31,7	32,6	34,4	42,0	41,4
GAME ONE	14,4	19,0	20,9	29,9	33,5	39,3
CANAL+ SPORT	12,4	15,9	19,1	31,1	35,8	36,4
PARIS PREMIERE	34,3	37,5	35,4	33,4	38,6	34,8
LCI	53,9	30,2	24,1	27,9	25,6	31,2
TF6	58,2	38,3	35,1	33,1	29,6	30,9
DISNEY CHANNEL	0,0	11,2	9,5	12,4	21,3	28,3
MTV FRANCE	39,6	44,3	37,9	33,7	34,1	27,7
SPORT+	13,8	16,6	17,0	29,7	28,6	25,0
EUROSPORT	90,6	80,2	79,3	36,5	30,0	24,4
NRJ HITS	0,0	1,2	6,4	12,7	17,8	20,5
TELETOON+	17,8	15,4	12,6	24,0	27,9	20,2
JIMMY	10,6	10,8	10,9	19,6	20,5	19,4
PLANETE+	5,8	7,9	7,3	12,2	13,9	13,6
SERIE CLUB	7,6	10,8	14,0	13,3	12,3	12,8
MCM	23,8	21,0	18,3	12,7	11,4	11,7
PIWI+	6,1	5,6	4,8	10,0	10,1	11,6
SYFY UNIVERSAL	7,4	8,6	6,2	11,2	9,9	11,4
13EME RUE	28,5	21,7	15,2	14,3	11,7	11,3
NICKELODEON	7,1	6,5	5,3	10,5	14,7	9,9
EQUIPE TV	11,5	14,3	11,6	14,0	11,0	9,7
DISNEY XD	0,0	0,0	9,9	8,9	9,9	9,0
CANAL J	13,6	13,7	10,6	10,9	9,1	8,2
DISNEY JUNIOR	0,0	0,0	0,0	0,0	4,1	7,4
TRACE TV	5,9	7,5	10,9	6,8	8,3	7,2
JUNE	0,0	0,0	2,9	4,4	5,0	6,7
BOOMERANG	8,9	7,4	5,1	4,8	6,0	6,7
CARTOON NETWORK	7,5	3,7	4,0	5,8	6,4	6,3
MCM POP	0,8	5,9	5,2	6,7	8,3	6,0
TIJI	9,4	8,2	7,5	7,7	7,5	5,8
MCM TOP	2,7	8,3	7,0	6,0	6,8	4,8
NICKELODEON JUNIOR	0,0	0,0	0,0	2,1	3,6	4,8
MTV IDOL	4,4	4,0	4,0	4,8	6,2	4,8
DISCOVERY CHANNEL FRANCE	7,6	6,3	9,6	6,7	6,3	4,8
PLANETE+ NO LIMIT	3,3	2,6	4,2	6,8	7,0	4,7
TOTAL	**687,5**	**666,4**	**651,6**	**735,8**	**805,7**	**799,7**

Source : Kantar Media.

2. LES DÉPENSES PUBLICITAIRES NETTES EN 2011

En 2011, les annonceurs ont dépensé 31,4 Md€ en communication. La publicité télévisuelle représente 13,1 % de cette somme, soit 4,1 Md€.

DÉPENSES DE COMMUNICATION PUBLICITAIRE NETTES EN 2011

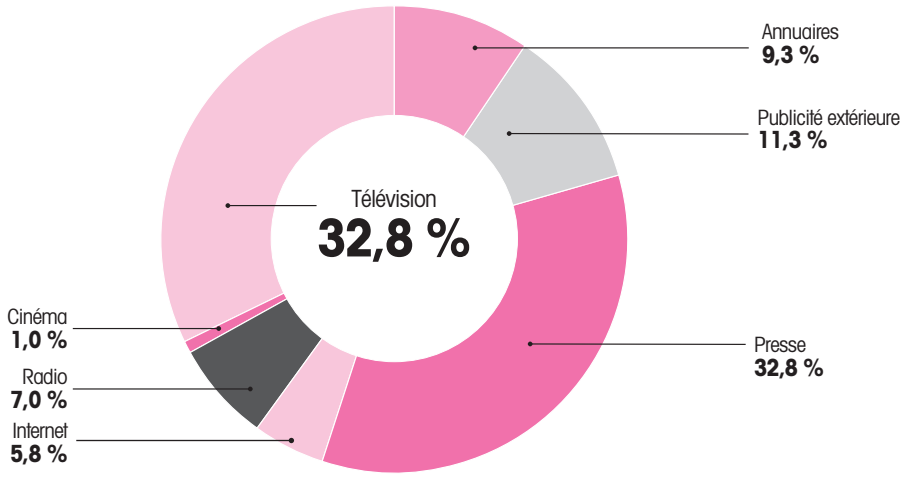


Source : France Pub

Malgré la crise économique qui perdure, les dépenses en communication des annonceurs progressent, avec une hausse totale de 1,9 % par rapport à l'année précédente.

Les dépenses publicitaires dans les médias (presse – hors petites annonces –, télévision, affichage, radio, cinéma, internet et annuaires) augmentent de 0,9 % pour atteindre 12,7 Md€ tandis que les dépenses hors média progressent de 2,7 % par rapport à 2010 pour un total de 18,7 Md€.

RECETTES PUBLICITAIRES NETTES DES GRANDS MÉDIAS EN 2011



Source : IREP.

La part de marché de la télévision dans les recettes publicitaires nettes dans les médias en 2011 est de 32,8 %, soit 3,5 Md€. Elle progresse de 0,5 point par rapport à 2010 (32,3 % de part de marché).

Les investissements publicitaires des annonceurs en télévision ont progressé de 1,6 % en 2011 par rapport à 2010. En 2010, ils avaient augmenté de 11,2 % par rapport à 2009.

3e PARTIE : L'EMPLOI

Les données relatives à l'emploi dans les chaînes numériques en 2011 sont issues des déclarations nominatives annuelles des salaires adressées par les entreprises adhérentes aux institutions de retraite complémentaire au Groupe Audiens, groupe de protection sociale de l'audiovisuel, de la communication, de la presse et du spectacle.

Alors que tous les intermittents du spectacle et tous les pigistes sont obligatoirement déclarés à Audiens pour leur retraite complémentaire, ce n'est pas le cas pour l'ensemble du personnel permanent qui peut adhérer à une autre caisse de retraite complémentaire. Le périmètre des entreprises étudiées dans ce chapitre est donc différent de celui des autres chapitres du Guide des chaînes numériques et il peut être différent selon qu'il s'agit du personnel permanent ou des intermittents et pigistes. Ces données distinguent les chaînes gratuites de la TNT des chaînes diffusées par câble, satellite, ADSL ou en TNT payante.

Le périmètre de ces données comprend donc, pour ce qui est du personnel permanent, d'une part, 11 chaînes gratuites de la TNT [1] (BFM TV, Direct 8, Direct Star, W9, Gulli, LCP AN, Public Sénat, NRJ12, NT1, i>Télé et TMC) et, d'autre part, 56 sociétés éditant des chaînes thématiques diffusées par câble, satellite, ADSL ou en TNT payante.

PRINCIPALES DONNÉES 2011

Personnel permanent

1 155 personnes ont été déclarées en CDI (contrat à durée indéterminée) ou en CDD (contrat à durée déterminée) dans les chaînes gratuites de la TNT pour plus de 800 équivalents temps plein et pour une masse salariale brute de plus de 38,4 M€.

Près de 3 600 personnes ont été déclarées en CDI ou en CDD dans les chaînes du câble, du satellite, de l'ADSL et de la TNT payante pour plus de 2 900 équivalents temps plein et une masse salariale brute de 140,5 M€.

Personnel pigistes et intermittents

Plus de 500 pigistes et 600 intermittents (salariés sous contrat à durée déterminée d'usage – CDDU) ont été déclarés dans les chaînes gratuites de la TNT pour une masse salariale brute de plus de 2,7 M€ pour les pigistes et de plus de 3 M€ pour les intermittents.

Plus de 1 400 pigistes et 2 500 intermittents ont été déclarés dans les chaînes du câble, du satellite, de l'ADSL et de la TNT payante pour une masse salariale brute de 12,3 M€ pour les pigistes et de plus de 22,4 M€ pour les intermittents.

Répartition de l'emploi

Dans les chaînes gratuites de la TNT, le personnel permanent représente environ 87 % de la masse salariale, le personnel intermittent 7 % et le personnel pigiste 6 %. Dans les chaînes du câble, du satellite, de l'ADSL et de la TNT payante, le personnel permanent représente 80 % de la masse salariale, le personnel intermittent 13 % et le personnel pigiste 7 %.

1. LES CHAÎNES GRATUITES DE LA TNT

PERSONNEL PERMANENT DES CHAÎNES GRATUITES DE LA TNT (hors TMC et Direct Star)

	2009	2010	2011
NOMBRE DE PÉRIODES D'EMPLOI	1 168	1 217	1 363
ÉVOLUTION	-	*+4 %*	*+12 %*
NOMBRE DE PERSONNES	972	1 006	1 155
ÉVOLUTION	-	*+3 %*	*+15 %*
POURCENTAGE D'EFFECTIFS HOMMES	52%	53 %	54 %
POURCENTAGE D'EFFECTIFS FEMMES	48%	47 %	46 %
NOMBRE DE PERSONNES PRÉSENTES AU 31/12	796	822	849
ÉVOLUTION		*+3 %*	*+3 %*
MASSE SALARIALE EN K€	33 787	36 211	38 403
ÉVOLUTION	-	*+7 %*	*+6 %*
NOMBRE D'ENTREPRISES CORRESPONDANTES	9	9	10

Source : Groupe Audiens.

Depuis 2009, le volume de salariés permanents ainsi que la masse salariale correspondante des chaînes gratuites de la TNT ne cessent de croître : +19 % de personnes en plus et +14 % de masse salariale en 2 ans.

[1] Les chaînes France 4 et France 5, qui figuraient dans les éditions précédentes, ont été retirées du périmètre car, depuis 2011, elles ne peuvent plus être appréhendées de façon séparée des autres chaînes du groupe France Télévisions dans les statistiques d'Audiens.

Quasiment toutes les chaînes gratuites de la TNT ont connu une hausse de leur masse salariale des permanents sur la période, et plus particulièrement W9 et NRJ12 avec respectivement +69 % et +46 % entre 2009 et 2011.

Cette croissance est également soutenue par la progression constante de BFM TV et d'i>Télé qui représentent à elles deux plus de 50 % de l'emploi dans ces chaînes en 2011.

Depuis 2009, on note une légère évolution à la hausse de la proportion d'hommes dans les effectifs permanents, mais la distribution hommes/femmes reste proche de l'équilibre.

Au niveau de la pyramide des âges, les effectifs permanents sont relativement concentrés aux alentours de 30 ans.

RÉPARTITION DES EMPLOIS PERMANENTS DES CHAÎNES GRATUITES DE LA TNT PAR CATÉGORIE PROFESSIONNELLE ET PAR SEXE

	JOURNALISTES STAGIAIRES		JOURNALISTES TITULAIRES		CADRES PERMANENTS		NON CADRES PERMANENTS		ENSEMBLE PERMANENTS	
	HOMMES	FEMMES	HOMMES	FEMMES	HOMMES	FEMMES	HOMMES	FEMMES	HOMMES	FEMMES
NOMBRE D'EMPLOIS DÉCLARÉS	15	16	143	185	293	202	286	223	737	626
NOMBRE DE PERSONNES CORRESPONDANTES	14	15	135	168	272	180	228	188	627	528
NOMBRE DE PERSONNES PRÉSENTES AU 31/12/2011	9	11	116	136	215	144	113	105	453	396
NOMBRE D'ETP *	8	9	107	129	215	141	105	98	434	377
AGE MOYEN	26,3	29,0	34,7	32,8	36,9	35,7	29,4	29,0	33,7	32,4

** etp : équivalent temps plein. Source : Groupe Audiens.*

PERSONNEL INTERMITTENT DES CHAÎNES GRATUITES DE LA TNT

	2009	2010	2011
NOMBRE DE PÉRIODES D'EMPLOI	735	632	665
ÉVOLUTION	-	*-14 %*	*+5 %*
NOMBRE DE PERSONNES	591	534	610
ÉVOLUTION	-	*-10 %*	*+14 %*
NOMBRE MOYEN DE PÉRIODES D'EMPLOI PAR INDIVIDU	1,2	1,2	1,1
POURCENTAGE D'EFFECTIFS HOMMES	62%	56 %	56 %
POURCENTAGE D'EFFECTIFS FEMMES	38%	44 %	44 %
MASSE SALARIALE EN K€	3 392	3 442	3 061
ÉVOLUTION	-	*+1 %*	*-11 %*
NOMBRE D'ENTREPRISES CORRESPONDANTES	10	9	8

Source : Groupe Audiens.

La masse salariale relative aux intermittents déclarés chute de nouveau en 2011 (-11 %) après une stabilisation en 2010.

Cette baisse s'explique par le fait que Direct Star n'emploie plus d'intermittents et que la masse salariale des intermittents chez i>Télé a considérablement baissé en 2011. En 2010, ces entreprises représentaient à elles seules près de 50 % de l'ensemble des masses salariales des intermittents des chaînes de la TNT gratuite.

A contrario, le nombre de personnes augmente significativement en 2011 après avoir baissé en 2010. Cette croissance s'explique, entre autres, par une hausse importante du nombre d'intermittents au sein de NRJ12.

Il est à noter que 53 % des intermittents présents en 2011 travaillaient déjà en 2010 au sein des chaînes gratuites de la TNT.

PIGISTES DES CHAÎNES GRATUITES DE LA TNT

	2009	2010	2011
NOMBRE DE PÉRIODES D'EMPLOI	652	1 194	1 265
ÉVOLUTION	-	*+83 %*	*+6 %*
NOMBRE DE PERSONNES	488	482	547
ÉVOLUTION	-	*-1 %*	*+13 %*
NOMBRE MOYEN DE PÉRIODES D'EMPLOI PAR INDIVIDU	1,3	2,5	2,3
POURCENTAGE D'EFFECTIFS HOMMES	53%	50 %	47 %
POURCENTAGE D'EFFECTIFS FEMMES	47%	50 %	53 %
MASSE SALARIALE EN K€	1 851	2 150	2 734
ÉVOLUTION	-	*+16 %*	*+27 %*
NOMBRE D'ENTREPRISES CORRESPONDANTES	7	5	5

Source : Groupe Audiens.

Après une très légère baisse en 2010, les effectifs pigistes des chaînes gratuites de la TNT augmentent sensiblement en 2011, à +13 %. Cette hausse est soutenue principalement par l'augmentation des effectifs pigistes de BFM TV (+34 %) et i>Télé (+11 %).

Du fait d'une segmentation des périodes d'activité des pigistes de certaines entreprises en 2010 et 2011, le nombre de périodes d'emploi est nettement supérieur à celui de 2009.

Au niveau de la masse salariale, on note également une hausse importante en 2011 (+27 %) qui s'était déjà amorcée en 2010 (+16 %).

Les effectifs pigistes des chaînes gratuites de la TNT connaissent une féminisation ces dernières années avec l'inversion de la tendance entre 2009 et 2011 : en 2009, 53 % des pigistes travaillant dans ces chaînes étaient des hommes alors que 53 % des effectifs pigistes travaillant dans ces chaînes sont des femmes en 2011.

2. LES CHAÎNES DU CÂBLE, DU SATELLITE, DE L'ADSL ET DE LA TNT PAYANTE

PERSONNEL PERMANENT DES CHAÎNES DU CÂBLE, DU SATELLITE, DE L'ADSL ET DE LA TNT PAYANTE

	2009	2010	2011
NOMBRE DE PÉRIODES D'EMPLOI	3 365	3 884	4 147
ÉVOLUTION	-	*+15 %*	*+7 %*
NOMBRE DE PERSONNES	3 134	3 509	3 597
ÉVOLUTION	-	*+12 %*	*+3 %*
POURCENTAGE D'EFFECTIFS HOMMES	52%	52 %	51 %
POURCENTAGE D'EFFECTIFS FEMMES	48%	48 %	49 %
NOMBRE DE PERSONNES PRÉSENTES AU 31/12	2 572	2 926	2 979
ÉVOLUTION		*+14 %*	*+2 %*
MASSE SALARIALE EN K€	117 180	133 179	140 485
ÉVOLUTION	-	*+14 %*	*+5 %*
NOMBRE D'ENTREPRISES CORRESPONDANTES	46	45	43

Source : Groupe Audiens.

L'ensemble du personnel permanent de TV5 Monde a adhéré à Audiens depuis le 1er janvier 2010, ce qui a entraîné une hausse importante, tant en effectifs permanents qu'en masse salariale, sur l'année 2010.

Hors TV5 Monde, la masse salariale des permanents est en augmentation de 11 % sur la période 2009 – 2011 et le nombre de personnes est également en hausse de 6 % sur cette période.

Trois chaînes regroupent près des trois quarts des rémunérations des permaments déclarées en 2011 au sein des chaînes thématiques : Eurosport, France 24 et Euronews.

Les effectifs permanents sont également répartis entre les hommes et les femmes.

Au niveau de la pyramide des âges, les effectifs permanents sont répartis de manière étendue entre 26 et 40 ans.

RÉPARTITION DES EMPLOIS PERMANENTS DES CHAÎNES DU CÂBLE, DU SATELLITE, DE L'ADSL ET DE LA TNT PAYANTE PAR CATÉGORIE PROFESSIONNELLE ET PAR SEXE

	JOURNALISTES STAGIAIRES		JOURNALISTES TITULAIRES		CADRES PERMANENTS		NON CADRES PERMANENTS		ENSEMBLE PERMANENTS	
	HOMMES	FEMMES	HOMMES	FEMMES	HOMMES	FEMMES	HOMMES	FEMMES	HOMMES	FEMMES
NOMBRE D'EMPLOIS DÉCLARÉS	17	22	401	397	1 092	1 109	561	548	2 071	2 076
NOMBRE DE PERSONNES CORRESPONDANTES	11	16	334	309	1 053	1 023	438	453	1 817	1 780
NOMBRE DE PERSONNES PRÉSENTES AU 31/12/2011	3	7	300	277	925	888	286	293	1 514	1 465
NOMBRE D'ETP *	5	6	292	269	933	847	303	294	1 532	1 417
AGE MOYEN	26,6	27,0	37,5	35,4	38,3	37,3	30,2	31,0	36,2	35,3

** etp : équivalent temps plein. Source : Groupe Audiens.*

PERSONNEL INTERMITTENT DES CHAÎNES DU CÂBLE, DU SATELLITE, DE L'ADSL ET DE LA TNT PAYANTE

	2009	2010	2011
NOMBRE DE PÉRIODES D'EMPLOI	3 219	3 147	3 436
ÉVOLUTION		*-2 %*	*+9 %*
NOMBRE DE PERSONNES	2 488	2 511	2 541
ÉVOLUTION	-	*+1 %*	*+1 %*
NOMBRE MOYEN DE PÉRIODES D'EMPLOI PAR INDIVIDU	1,3	1,3	1,4
POURCENTAGE D'EFFECTIFS HOMMES	66 %	64 %	64 %
POURCENTAGE D'EFFECTIFS FEMMES	34 %	36 %	36 %
MASSE SALARIALE EN K€	20 495	21 570	22 444
ÉVOLUTION	-	*+5 %*	*+4 %*
NOMBRE D'ENTREPRISES CORRESPONDANTES	47	43	40

Source : Groupe Audiens.

Les effectifs intermittents des chaînes du câble, du satellite, de l'ADSL et de la TNT payante se stabilisent autour de 2 500 personnes entre 2009 et 2011. Sur la même période, la masse salariale des intermittents augmente légèrement : +5 % en 2010 et +4 % en 2011.

Contrairement à ce qui se passe dans les chaînes gratuites de la TNT, les effectifs intermittents de ces chaînes ne se féminisent pas avec le temps. La part des femmes dans la population intermittente totale reste à 36 % en 2011.

Au sein des effectifs intermittents de 2011, 68 % étaient déjà présents en 2010 : le « turnover » dans les chaînes du câble, du satellite, de l'ADSL et de la TNT payante est moins important qu'au sein des chaînes gratuites de la TNT.

PIGISTES DES CHAÎNES DU CÂBLE, DU SATELLITE, DE L'ADSL ET DE LA TNT PAYANTE

	2009	2010	2011
NOMBRE DE PÉRIODES D'EMPLOI	2 632	1 711	5 105
ÉVOLUTION	-	*-35 %*	*+198 %*
NOMBRE DE PERSONNES	1 351	1 375	1 453
ÉVOLUTION	-	*+2 %*	*+6 %*
NOMBRE MOYEN DE PÉRIODES D'EMPLOI PAR INDIVIDU	2,0	1,2	3,5
POURCENTAGE D'EFFECTIFS HOMMES	62 %	62 %	60 %
POURCENTAGE D'EFFECTIFS FEMMES	38 %	38 %	40 %
MASSE SALARIALE EN K€	10 438	10 933	12 318
ÉVOLUTION	-	*+5 %*	*+13 %*
NOMBRE D'ENTREPRISES CORRESPONDANTES	22	21	18

Source : Groupe Audiens.

Entre 2009 et 2011, la masse salariale relative aux piges déclarées par les chaînes du câble, du satellite, de l'ADSL et de la TNT payante n'a cessé d'augmenter : +5 % en 2010 et +13 % en 2011.

De la même façon, les effectifs augmentent de nouveau dès 2009 avec +2 % en 2010 et +6 % en 2011.

La hausse des effectifs est notamment due à la croissance du nombre de pigistes des chaînes France 24 (+17 %) et LCI (+25 %). Celle de la masse salariale est principalement due à la hausse de France 24 (+39 %).

Comme pour les chaînes gratuites de la TNT, du fait de la segmentation des périodes d'activité, le nombre de périodes croît de manière spectaculaire en 2011.

Le secteur reste majoritairement masculin, mais la féminisation des effectifs se poursuit en 2011. En effet, les femmes représentent 40 % des effectifs en 2011 contre 38 % en 2010.

62 % des pigistes qui travaillent pour des chaînes du câble, du satellite, de l'ADSL et de la TNT payante en 2011 étaient également présents dans les effectifs pigistes en 2010 : comme pour les intermittents, le « turnover » y est moins important qu'au sein des chaînes gratuites de la TNT.

LES PRINCIPAUX TEXTES AUDIOVISUELS EN 2012

1 - ACTUALITÉ LÉGISLATIVE EN 2012

La loi n° 2012-158 du 1er février 2012 visant à renforcer l'éthique du sport et les droits des sportifs a, en ses articles 22 et 23, renvoyé au Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA) le soin de définir les modalités de diffusion des brefs extraits des événements présentant un grand intérêt pour le public ainsi que les modalités de contribution des chaînes de télévision à la promotion de la lutte contre le dopage.

1. Modalités de diffusion des brefs extraits d'événements d'un grand intérêt pour le public

Les articles L. 333-7 du code du sport et 20-4 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication garantissent, dans l'intérêt des téléspectateurs, que les éditeurs non titulaires des droits de retransmission aient la possibilité de diffuser de courts extraits d'événements d'un grand intérêt pour le public.

Afin de définir les modalités de diffusion des brefs extraits de ces évènements, le législateur a, aux termes de l'article 22 de la loi du 1er février 2012, décidé de renvoyer au CSA le soin de définir les modalités de diffusion des brefs extraits. Il prévoit ainsi, au sixième alinéa de l'article L. 333-7 du code du sport, que : « Le Conseil supérieur de l'audiovisuel fixe les conditions de diffusion des brefs extraits (…) après consultation du Comité national olympique et sportif français et des organisateurs de manifestations sportives ».

Par application de cette disposition, le CSA a adopté la délibération du 15 janvier 2013 relative aux conditions de diffusion de brefs extraits de compétitions sportives et d'événements autres que sportifs d'un grand intérêt pour le public.

2. Promotion de la lutte contre le dopage

La loi du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication comporte deux articles prévoyant la mise en œuvre, par des chaînes de télévision, d'une contribution à la promotion de la lutte contre le dopage et de la protection de la santé des sportifs. L'article 20-3 instaurait une obligation de diffuser des programmes courts de lutte contre le dopage lors de la diffusion d'événements d'importance majeure et l'article 48 impose que des dispositions sur la lutte contre le dopage soient prévues dans le cahier des charges des médias audiovisuels du service public.

Toutefois, à l'exception du décret du 25 janvier 2012 fixant le cahier des charges de la Société nationale de programme chargée de l'audiovisuel extérieur de la France, aucun texte réglementaire n'a été adopté (s'agissant de l'article 20-3) ou modifié (s'agissant de l'article 48) pour introduire sur les services de télévision un dispositif applicable à la lutte contre le dopage.

Ainsi, la loi du 1er février 2012 apporte une solution à cette difficulté. Son article 23 dispose en effet que « les services de télévision qui diffusent des programmes sportifs contribuent à la lutte contre le dopage et à la protection des personnes pratiquant des activités physiques et sportives en diffusant des programmes relatifs à ces sujets. Le Conseil supérieur de l'audiovisuel fixe les conditions d'application du présent article ».

Par application de cette disposition, le CSA a adopté la délibération du 26 juin 2012 relative aux conditions de contribution des services de télévision diffusant des programmes sportifs à la lutte contre le dopage et à la protection des personnes pratiquant des activités physiques et sportives.

2 - ACTUALITÉ RÉGLEMENTAIRE EN 2012

1. Décret n° 2012-612 du 2 mai 2012 modifiant le décret n° 2006-502 du 3 mai 2006 portant création du comité stratégique pour le numérique

1.1 Le comité stratégique pour le numérique, créé par le décret n° 2006-502 du 3 mai 2006, avait pour mission initiale de « coordonner et d'orienter les actions menées en vue de la numérisation de la diffusion hertzienne de la télévision, de l'arrêt complet des émissions analogiques et de la réutilisation des fréquences ainsi libérées », mission devenue sans objet depuis le passage au tout numérique le 30 novembre 2011.

1.2 Le décret n° 2012-612 du 2 mai 2012 modernise donc les missions du comité en lui confiant deux nouvelles fonctions :
- il éclaire les choix du Premier ministre en matière de répartition des fréquences hertziennes entre les différentes administrations affectataires de la ressource radioélectrique, le Conseil supérieur de l'audiovisuel et l'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes ;
- il coordonne les actions relatives à l'évolution des normes de diffusion et de codage de la télévision numérique terrestre. Le décret modifie également la composition du comité en lui ajoutant trois nouveaux membres : le ministre de l'intérieur, de l'outre-mer, des collectivités territoriales et de l'immigration, le ministre chargé du budget et le ministre chargé de la défense.

2. Décret n° 2012-759 du 9 mai 2012 portant modification du décret n° 2007-957 du 15 mai 2007 relatif au fonds d'accompagnement du numérique

2.1 Créé par le décret n° 2007-957 du 15 mai 2007, déjà modifié en 2009, le fonds d'accompagnement du numérique (FAN) a pour objet de financer, pour les téléspectateurs, la continuité de la réception de la télévision dans deux hypothèses :
- lorsque des brouillages sont causés par des émissions étrangères ayant fait l'objet d'accords aux frontières ;
- lorsque des brouillages sont causés par une opération de réaménagement des fréquences menée par le Conseil supérieur de l'audiovisuel.

Dans les deux cas, le FAN intervient soit pour financer l'intervention d'un professionnel – de manière à procéder à une adaptation de l'antenne de réception lorsque c'est possible ou à la fourniture et à l'installation d'un dispositif alternatif de réception de la télévision – soit pour accorder une subvention forfaitaire au bénéfice du téléspectateur.

2.2 Le décret n° 2012-759 du 9 mai 2012 soumet l'intervention du FAN à deux conditions supplémentaires dans un cas spécifique, lorsque des brouillages sont causés par des réaménagements menés par le CSA, eux-mêmes destinés à éviter des brouillages liés à des émissions étrangères :
- d'une part, les services de télévision doivent connaître des perturbations auxquelles il n'est pas possible de remédier par une adaptation de l'antenne, ce qui implique que le FAN ne finance que la fourniture et l'installation d'un dispositif alternatif de réception de la télévision ou accorde une subvention forfaitaire à cet effet ;
- d'autre part, l'intervention du FAN est réservée aux habitations principales.

3. Décret n° 2012-821 du 25 juin 2012 relatif à la répartition, entre éditeurs de services de communication audiovisuelle par voie hertzienne terrestre, du coût des réaménagements des fréquences nécessaires à la diffusion de nouveaux services.

3.1 La diffusion de nouvelles chaînes de la télévision numérique terrestre implique souvent de procéder à des travaux de réaménagements des fréquences utilisées par les services déjà diffusés. C'est le cas par exemple pour le lancement des six nouvelles chaînes de la TNT diffusées sur les multiplex R7 et R8.

Dans sa rédaction issue de la loi n° 2011-1977 du 28 décembre 2011 de finances pour 2012, l'article 30-1 de la loi du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication fait peser la charge de ces réaménagements sur l'ensemble des éditeurs de services de communication audiovisuelle par voie hertzienne terrestre, à savoir tant les éditeurs déjà diffusés en mode numérique – sur les multiplex R1 à R6 – que ceux qui vont l'être sur de nouveaux multiplex – par exemple sur les multiplex R7 et R8.

3.2 Pris pour application de cet article, le décret n° 2012-821 du 25 juin 2012 précise que ce coût comprend trois types de dépenses :
- les dépenses résultant des opérations techniques sur les installations de diffusion ;
- les dépenses liées à l'information des téléspectateurs ;
- les frais de gestion exposés par l'Agence nationale des fréquences, notamment pour la mise en œuvre d'un centre d'appel.

Pour chaque type de coût, le décret prévoit une procédure de mutualisation destinée à assurer une juste répartition de la charge totale entre les éditeurs de services. Ce coût est réparti entre les éditeurs à raison de leur couverture géographique et du débit moyen nécessaire à la diffusion de leurs services.

4. Décret n° 2012-85 du 25 janvier 2012 fixant le cahier des charges de la société nationale de programme en charge de l'audiovisuel extérieur de la France.

L'article 48 de la loi du 30 septembre 1986 précitée dispose qu'un cahier des charges fixé par décret et définit les missions de service public de chaque société nationale de programme ainsi que les obligations qui en résultent.

Le décret n° 2012-85 du 25 janvier 2012 fixe le cahier des charges de la société en charge de l'audiovisuel extérieur de la France, créée par la loi n° 2009-258 du 5 mars 2009 relative à la communication audiovisuelle et au nouveau service public de la télévision.

Ce cahier des charges définit les caractéristiques et l'identité de la ligne éditoriale de chacun des services de communication audiovisuelle édités par la société, sans remettre en cause les services existants, France 24, Radio France International et Monte-Carlo Doualiya. Il couvre également les services de médias audiovisuels à la demande édités par la société et lui impose de développer une offre de communication au public en ligne.

Ce cahier des charges a également pour objet de simplifier, de rénover et d'harmoniser les obligations générales applicables aux différents services, tant en matière déontologique que s'agissant des règles de publicité et de parrainage.

Il détermine également les modalités de coopération entre la société en charge de l'audiovisuel extérieur de la France et les autres sociétés nationales de programme, l'Institut national de l'audiovisuel, la société Canal France

International et les autres organismes français et étrangers du secteur des médias.

5. Décret n° 2012-1239 du 6 novembre 2012 modifiant le décret n° 2007-958 du 15 mai 2007 relatif aux relations financières entre l'État et les organismes du secteur public de la communication audiovisuelle.

L'article 53 de la loi du 30 septembre 1986 précitée prévoit que les ressources publiques versées aux organismes du secteur public audiovisuel – sociétés nationales de programme et Institut national de l'audiovisuel – n'excèdent pas le montant du coût net d'exécution de leurs obligations de service public.

Pris pour l'application de cet article, le décret n° 2007-958 du 15 mai 2007 prévoit notamment que les missions de service public de ces organismes et leurs activités commerciales doivent faire l'objet de comptes séparés, afin de calculer les coûts nets d'exécution des missions de service public.

Le décret n° 2012-1239 du 6 novembre 2012 précise que ces comptes séparés font l'objet d'un rapport annuel, rédigé par un organisme indépendant et transmis aux ministres chargés de l'économie, de la culture et du budget ainsi qu'à l'Assemblée nationale et au Sénat. Le décret prévoit également un mécanisme de restitution lorsque le montant des ressources publiques dépasse de manière excessive celui des coûts nets d'exécution des missions de service public.

6. Décret n° 2012-757 du 9 mai 2012 modifiant les articles 11 et 12 du décret n° 90-66 du 17 janvier 1990 pris pour application de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 et fixant les principes généraux concernant la diffusion des œuvres cinématographiques et audiovisuelles par les éditeurs de services de télévision.

Afin de permettre la mise en œuvre des accords conclus en 2011 et 2012 avec les professionnels du cinéma par France Télévisions et le groupe Canal+, le décret assouplit la grille horaire de programmation des œuvres cinématographiques (les « jours interdits ») sur les services de télévision telle qu'elle est fixée aux articles 10 et 11 du décret du 17 janvier 1990.

Il prévoit d'abord que les éditeurs de services autres que de cinéma, dont l'audience moyenne annuelle du service ne dépasse pas 5 % de l'audience totale des services de télévision, peuvent diffuser des œuvres cinématographiques de longue durée le mercredi en première partie de soirée sous réserve du respect de conditions qui attestent d'un engagement renforcé de l'éditeur de services ou du groupe auquel il appartient en faveur de la création cinématographique.

En particulier, l'éditeur du service ainsi que l'ensemble des services autres que de cinéma du groupe auquel il appartient consacrent une part de leur chiffre d'affaires annuel net de l'exercice précédent à des dépenses contribuant au développement de la production d'œuvres cinématographiques européennes au moins égale à 3,5 % au lieu du minimum de 3,2 % prévu par la réglementation en vigueur. Cet investissement annuel supplémentaire doit atteindre un montant fixé par arrêté et être consacré à des dépenses autres que les achats simples de droits de diffusion. L'arrêté du 9 mai 2012 fixe ce montant à 50 M€.

Ces dispositions ont vocation à être mise en œuvre par France Télévisons pour sa chaîne France 4.

Le décret prévoit ensuite que les services de cinéma de premières diffusions peuvent diffuser des œuvres cinématographiques de longue durée le vendredi, de 18 heures à 21 heures, et le samedi, de 18 heures à 23 heures, pour celles dont la sortie en salles en France remonte à plus de dix ans et qui ont réalisé pendant la première année de leur exploitation en salles en France moins d'1,5 million d'entrées.

Cet assouplissement s'applique également aux services de patrimoine cinématographique et aux autres services de cinéma dès lors qu'ils sont inclus dans un groupement de plusieurs services comprenant au moins un service de cinéma de premières diffusions.

Ces dispositions ont vocation à être mise en œuvre par le bouquet cinéma du groupe Canal+, Ciné+.

7. Décret n° 2012-758 du 9 mai 2012 portant modification du cahier des charges de la société nationale de programme France Télévisions.

Ce décret fixe le niveau de contribution de la chaîne France 4 au développement de la production d'œuvres cinématographiques européennes à un niveau minimal de 3,5 % de son chiffre d'affaires, afin de lui permettre de diffuser des œuvres cinématographiques de longue durée le mercredi en première partie de soirée, conformément aux nouvelles dispositions issues du décret n° 2012-757 du 9 mai 2012, modifiant les articles 11 et 12 du décret n° 90-66 du 17 janvier 1990, pris pour application de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 et fixant les principes généraux concernant la diffusion des œuvres cinématographiques et audiovisuelles par les éditeurs de services de télévision.

ANNEXES

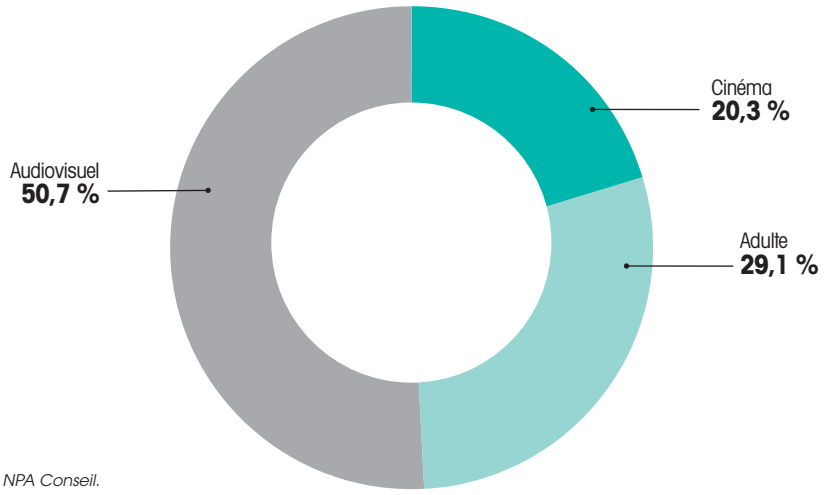
LE MARCHÉ DE LA VIDÉO À LA DEMANDE (VÀD)

En 2011, le chiffre d'affaires de la vidéo à la demande (VàD) est estimé à 219,47 M€ et représente 15 % du marché de la vidéo en France (10 % en 2010). Entre janvier et octobre 2012, le chiffre d'affaires de la VàD s'élève à 201,84 M€ (téléchargement en paiement à l'acte et par abonnement), soit une hausse de 13,5 % par rapport aux dix premiers mois de l'année 2011. Sur les douze derniers mois, le chiffre d'affaires atteint 243,54 M€, en hausse de 16,0 % par rapport à la période novembre 2010-octobre 2011.

L'OFFRE DE VÀD

Entre janvier et octobre 2012, l'offre de contenus en VàD compte 50 171 références actives, c'est-à-dire 50 171 programmes ayant été téléchargés au moins une fois sur la période. 2 759 d'entre eux étaient en HD, soit 89,8 % de plus que sur la même période en 2011.

L'OFFRE DE VÀD SELON LE GENRE ENTRE JANVIER ET OCTOBRE 2012
(% de références actives)



Sources : GfK, NPA Conseil.

LA CONSOMMATION DE VÀD

REMARQUES MÉTHODOLOGIQUES
GfK recense mensuellement la totalité des références vendues ou louées par les plates-formes de VàD les plus représentatives du marché de la VàD payante en France.

Le chiffre d'affaires de la VàD est largement porté par les transactions réalisées sur IP TV (95,6 % en valeur entre janvier et octobre 2012, contre 4,4 % pour internet), par le paiement à l'acte (93,7 %, contre 6,3 % pour les abonnements) et par la location (99,6 %, contre 0,4 % pour la vente).

Entre janvier et octobre 2012, le coût moyen d'un programme en location à l'acte s'élève à 4,62 €, contre 9,11 € pour un programme en téléchargement définitif. Le tarif de location de contenus est stable par rapport aux dix premiers mois de 2011 alors que le prix de vente est en baisse sur la période (-6,8 %).

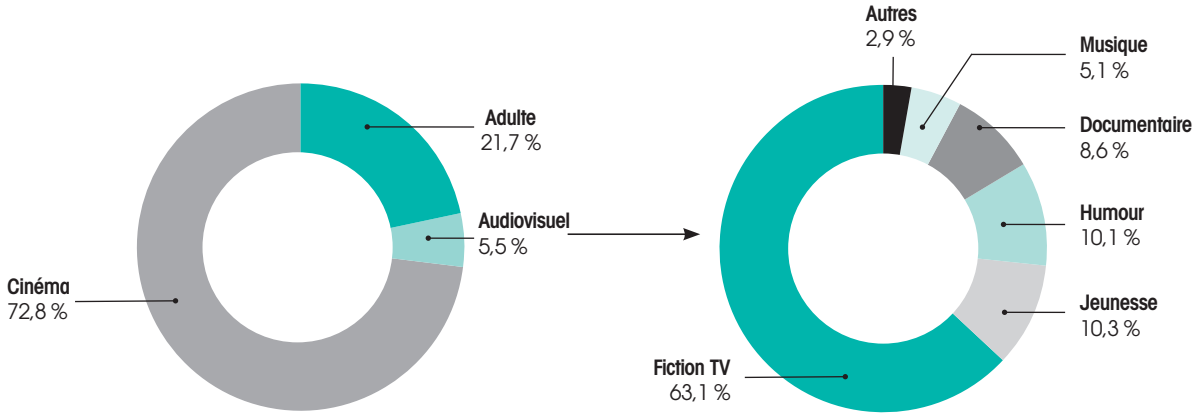
PAIEMENT À L'ACTE

Sur le segment du paiement à l'acte, le cinéma représente 72,8 % du chiffre d'affaires du panel de plates-formes analysées sur les dix premiers mois de l'année 2012 (66,7 % en 2011). L'audiovisuel en capte 5,5 % et les programmes pour adultes 21,7 %.

Sur le segment de l'audiovisuel, 63,1 % du chiffre d'affaires du panel sur la période janvier-octobre 2012 résulte du téléchargement de fictions et/ou de séries télévisées (56,2 % en 2011). La part de marché de l'humour et celle du documentaire reculent nettement sur les dix premiers mois de l'année 2012, à respectivement 10,1 % (13,1 % en 2011) et 8,6 % (9,3 % en 2011). Le poids des programmes jeunesse reste stable sur la période, à 10,3 % du chiffre d'affaires de l'audiovisuel.

Sur le segment du cinéma, les films américains assurent plus de la moitié du chiffre d'affaires : 53,4 % entre janvier et octobre 2012, contre 56,7 % sur la même période de 2011. Les films français représentent 35,6 % du chiffre d'affaires sur les dix premiers mois de l'année 2012 (29,2 % en 2011). Les bons résultats de *Intouchables* (premier au classement des meilleures ventes en paiement à l'acte sur la période janvier-octobre 2012), *Hollywoo* (2ème) ou encore *Les Infidèles* (5ème) contribuent à la progression de la part de marché du cinéma français.

LA CONSOMMATION DE VÀD SELON LE GENRE ENTRE JANVIER ET OCTOBRE 2012
(en % du chiffre d'affaires)



Sources : GfK, NPA Conseil/ Panel des plates-formes.

LES USAGES DES CONSOMMATEURS

REMARQUES MÉTHODOLOGIQUES

Les données sont issues d'un baromètre sur les pratiques des internautes en matière de vidéo à la demande (VàD) mis en place par le CNC. Cette enquête est administrée en ligne par l'institut Harris Interactive auprès de 15 000 individus âgés de 15 ans et plus chaque année (13 vagues successives par an).

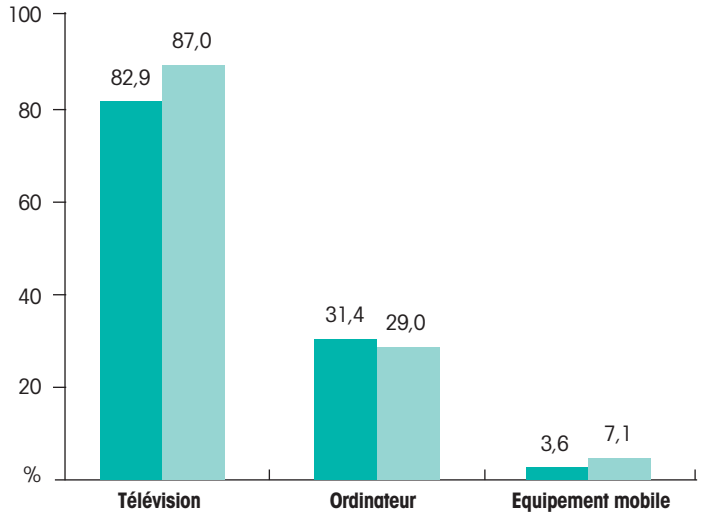
En octobre 2012, 90,1 % des internautes français ont déjà entendu parler de la vidéo à la demande.

L'usage de la VàD progresse. 48,6 % des internautes déclarent avoir déjà utilisé un service de VàD en octobre 2012 (+4,9 points par rapport à octobre 2011). La VàD touche un public de plus en plus large, notamment grâce au développement des offres multiservices. En octobre 2012, les utilisateurs de VàD sont davantage des hommes (54,4 % des utilisateurs de VàD), âgés de 35 à 49 ans (29,7 %) et de catégories socioprofessionnelles supérieures (40,7 %).

Parmi ces utilisateurs de VàD, 75,1 % ont déjà payé pour visionner un programme en VàD en octobre 2012. La consommation de VàD payante est davantage répandue chez les hommes (76,1 % sont des utilisateurs de VàD), les 25-34 ans (80,7 %), les habitants de la région parisienne (76,4 %) et les CSP+ (82,4 %).

Le téléviseur demeure le principal support de consommation de services payants de VàD. Au troisième trimestre 2012, 87 % des consommateurs de VàD payante ont déjà payé pour visionner un programme sur TVIP, contre 29,0 % sur ordinateur et 7,1 % sur appareil mobile. Il convient de signaler que la part des consommateurs utilisant l'ordinateur pour consommer de la VàD payante est en retrait au troisième trimestre 2012 par rapport à celui de 2011. Ce recul est la conséquence d'une progression du poids de la télévision et des appareils mobiles dans les usages de consommation de la VàD payante.

MODE DE CONSOMMATION DE LA VÀD PAYANTE (en % des utilisateurs)



3ème trimestre 2011 *3ème trimestre 2012*
Sources : CNC- Publixiné – Harris Interactive.

En octobre 2012, la VOD d'Orange est la plate-forme la plus prisée des consommateurs de VàD payante. 43,2 % d'entre eux déclarent avoir payé pour regarder un programme via la plate-forme VOD d'Orange au cours des 30 derniers jours, devant CanalPlay (29,5 %) et MYTF1VOD (22,6 %).

POIDS DES PLATES-FORMES DE VÀD
SELON LES INTERNAUTES EN OCTOBRE 2012 (en %)

LA VOD D'ORANGE	43,2
CANALPLAY	29,5
MYTF1VOD	22,6
M6 VOD	15,8
CLUB VIDÉO (SFR)	14,7
ITUNES STORE	14,2
FREE HOME VIDEO (FHV)	9,5
VIDEO UNLIMITED (SONY)	5,8
VIDÉO FUTUR VOD	5,8
VIRGINMEGA	5,8
MARCHÉ ZUNE	4,7
DORCEL VISION / DORCEL VOD	2,1
AUTRES SERVICES	18,4

Base : internautes déclarant avoir payé pour visionner des films de cinéma ou des programmes TV en VàD.
Lecture : en octobre 2012, 43,2 % des utilisateurs payants de VàD déclarent avoir payé pour regarder un programme en VàD via la VOD d'Orange.
Sources : CNC - Harris Interactive, 15 ans et plus.

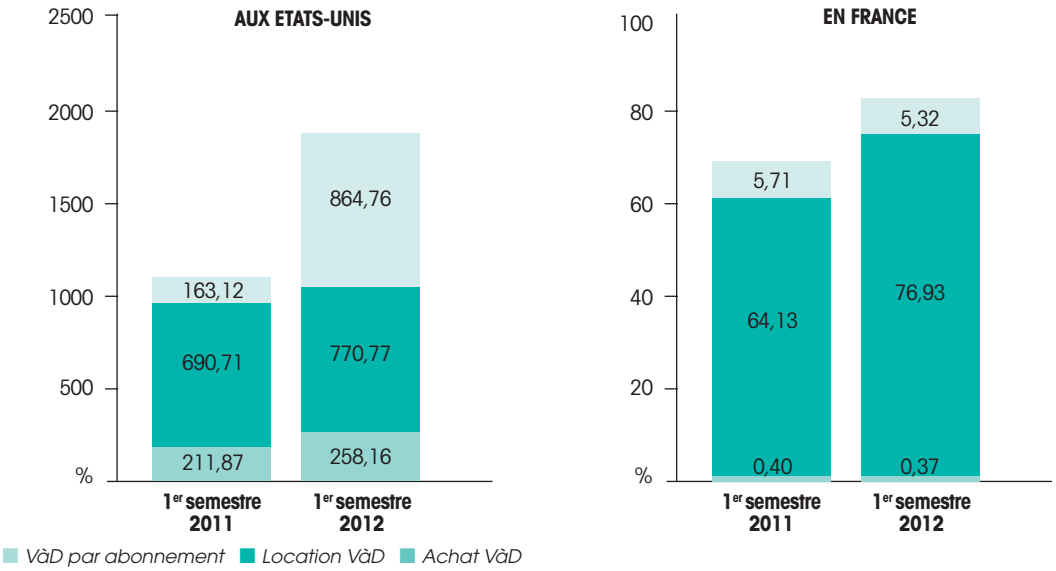
LE MARCHÉ DE LA VÀD PAR ABONNEMENT

Selon GfK, à fin septembre 2012, le marché de la VàD par abonnement représente moins de 7 % du chiffre d'affaires total de la VàD (soit moins de 6 M€) et est presque exclusivement réalisé sur IPTV via les fournisseurs d'accès à internet.

Les plates-formes de VàD par abonnement sont les suivantes : Canalplay Infinity (présent sur tous les supports hormis Orange, compterait 25 000 abonnés au premier trimestre 2012 selon l'Autorité de la Concurrence), Filmo TV (en IPTV chez Orange), le Pass Séries M6, l'offre duo Vidéo Futur, le Pass cinéma SFR et des offres sans cinéma : Vodéo, le Pass Ina premium, KZPlay et les offres adultes comme DorcelVision.

Aux Etats-Unis, la VàD par abonnement connaît une croissance importante depuis deux ans. Porté par le succès de Netflix et de plates-formes par abonnement dans le secteur de la musique, le chiffre d'affaires de la VàD par abonnement est passé de 4 M$ à 454 M$ entre 2010 et 2011 d'après l'institut IHS et l'activité a plus que quintuplé entre le premier semestre 2011 et le premier semestre 2012.

CHIFFRE D'AFFAIRES DE LA VÀD (en M€)



Sources : Digital Entertainment Group, GfK-NPA, CNC.

L'A.C.C.e.S.

L'Association des Chaînes Conventionnées éditrices de Services réunit depuis 1997 les chaînes thématiques conventionnées par le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel.

OBJET

L'association a pour objectif de représenter et de défendre les intérêts communs et collectifs des chaînes thématiques, quels que soient leurs actionnaires et quels que soient les distributeurs qui les proposent au public.
Elle se propose de mettre en valeur leurs spécificités auprès de l'ensemble des acteurs de la communication, afin notamment que le cadre juridique et économique dans lequel elles évoluent permette un développement durable de leurs activités.
L'A.C.C.e.S. est l'interlocuteur des pouvoirs publics et du CSA pour ce qui concerne leur environnement législatif et réglementaire ainsi que pour la régulation du secteur. Elle représente ces chaînes auprès de leurs partenaires : producteurs, distributeurs, médias, industriels, etc...
Elle intervient également dans le domaine de la mesure de l'audience, comme interlocutrice de Médiamétrie pour le Médiamat'Thématik, ou dans le domaine social, en tant qu'organisation d'employeurs.

ORGANISATION

L'Assemblée générale est l'organe souverain de l'Association qui est administrée par un Bureau de huit membres élus pour deux ans composé de :

Président :
Antoine VILLENEUVE, Directeur général des chaînes de télévision France et international, Lagardère Active

Vice-présidente :
Léonor GRANDSIRE, Présidente, Universal Networks International France, 13ème Rue

Trésorière :
Stéphanie MARTIN, Directrice déléguée auprès du Secrétaire général, Directrice des chaînes thématiques, France Télévisions

Secrétaire général :
Nicolas ROTKOFF, Président, Ma Chaîne Sport

et de :
Frédéric CHEVANCE, Directeur général, Fox International Channels France, Voyage
Pascaline GINESTE, Directrice des affaires réglementaires et européennes, Groupe Canal+
Olivier STROH, Directeur des chaînes thématiques découverte, Groupe Canal+
Maxime TRABAND, Directrice des relations institutionnelles, Direction des contenus, Orange

CHAÎNES MEMBRES

13ème RUE
beIN SPORT
CANAL J
CINE+
CINE+ CLASSIC
COMEDIE+
CUISINE+
DISNEY CHANNEL
EQUIDIA
L'EQUIPE 21
EURONEWS
GAME ONE
JIMMY+
KTO
LA CHAINE METEO
MA CHAINE SPORT
MEZZO
MCM
MONTAGNE TV
MOTORS TV
OCS MAX
OCS NOVO
PINK TV
PLANETE+
PLANETE+ NO LIMIT
PLANETE+ THALASSA
SEASONS
SPORT+
TELE MAISON
TELETOON+
TIJI
TV5 MONDE
VIVOLTA
VOYAGE

Contact : Guillaume GRONIER, Délégué général
A.C.C.e.S. - 17, rue de l'Amiral Hamelin 75 116 Paris - Téléphone : 01 47 04 24 09
Mél : info@acces.tv - www.acces.tv

FICHES CHAÎNES

Ces fiches présentent l'ensemble des chaînes autorisées et conventionnées par le CSA pour une diffusion nationale en langue française sur la TNT gratuite et payante, le câble, le satellite et/ou l'ADSL, ainsi que les chaînes diffusées depuis un autre pays que l'Union européenne, destinées à un public français et souscrivant au Mediamat'Thematik.

Les données présentées ci-dessous ont été renseignées par les chaînes sous leur responsabilité entre novembre 2012 et janvier 2013 et sont donc susceptibles d'évoluer au cours de l'année 2013. Ces fiches sont également disponibles dans leurs versions actualisées sur le site du CSA : www.csa.fr

L'INDEX DES CHAÎNES

6ter **109**
13ème Rue **110**
AB1 ..... **111**
AB Moteurs **112**
Action **113**
Animaux **114**
Arte **115**
BeIN SPORT 1 et 2 ..... **116**
Be Black **117**
Berbère Télévision **118**
Best of Shopping **119**
BFM Business **120**
BFM TV **121**
Boing **122**
Boomerang **123**
Canal+ (Premium, Sport, Cinéma, Family, Décalé) **124**
Canal J **125**
Cartoon Network **126**
Chasse et pêche **127**
Chérie 25 ..... **128**
Ciné+ **129**
Ciné FX **130**
Comédie+ **131**
Cuisine+ **132**
D8 ..... **133**
D17 ..... **134**
Demain ! **135**
Discovery Channel **136**
Discovery Science **137**
Disney Channel **138**
Disney Cinémagic **139**
Disney Junior **140**
Disney XD **141**
E! **142**
Encyclo **143**
Equidia Life **144**
Equidia Live **145**
Escales **146**
Euronews **147**
Eurosport, Eurosport 2 ..... **148**
Euroshopping **149**
France 2 ..... **150**
France 24 ..... **151**
France 3 ..... **152**
France 4 ..... **153**
France 5 ..... **154**
France Ô **155**
Game One, Game One Music HD **156**
Girondins TV **157**
Gulli **158**
HD1 ..... **159**
Histoire **160**
i>Télé **161**
Infosport+ **162**
Jimmy+ **163**
June **164**
KTO **165**
La Chaîne Météo **166**
LCI **167**
LCP-Assemblée nationale **168**
L'Enôrme TV **169**
L'Equipe 21 ..... **170**
M6 ..... **171**
M6 Boutique & Co **172**
M6 Music Hits, M6 Music Black, M6 Music Club **173**
Ma Chaîne Sport **174**
Maison+ **175**
Mangas **176**
MCE (Ma Chaîne Etudiante) **177**
MCM, MCM Pop, MCM Top **178**
Melody **179**
Men's Up **180**
Mezzo, Mezzo Live HD **181**
Montagne TV **182**
Motors TV **183**
MTV, MTV Base, MTV Idol, MTV Pulse **184**
National Geographic Channel **185**
National Geographic Wild **186**
Nickelodeon, Nickelodeon Junior **187**
Non Stop People **188**
NRJ12 ..... **189**
NT1 ..... **190**
Numéro 23 ..... **191**
OCS (Orange Cinéma Séries) **192**
OL TV **193**
OM TV **194**
Onzéo **195**
Paris Première **196**
Pink TV **197**
Piwi+ **198**
Planète+ **199**
Planète+ Justice **200**
Planète+ No Limit **201**
Planète+ Thalassa **202**
Polar **203**
Public Sénat **204**
RMC Découverte **205**
RTL9 ..... **206**
Seasons **207**
Série Club **208**
Sport 365 ..... **209**
Sport+ **210**
Stylia **211**
Syfy **212**
TCM **213**
Télétoon+ **214**
Téva **215**
TF1 ..... **216**
TF6 ..... **217**
Tiji **218**
TMC **219**
Toute l'histoire **220**
Trace Africa **221**
Trace Tropical **222**
Trace Urban **223**
TV5 Monde **224**
TV Breizh **225**
Ushuaïa TV **226**
Vivolta **227**
Voyage **228**
W9 ..... **229**
XXL **230**

6ter

89, avenue Charles de Gaulle
92 575 Neuilly sur Seine
Tél/Fax : 01 41 92 66 66
www.6ter.fr

Société éditrice : M6 GENERATION
Convention CSA : oui
Forme juridique : Société par actions simplifiée

Lancement de la chaîne : 12/12/2012
Capital : 39 000 €

THEMATIQUE	Généraliste	
PUBLIC VISE	Famille	
PROGRAMMES PHARES	Xplora, Norbet et Jean : le défi, Secrets de fabrication, Bien chez vous	
ACTIONNAIRE(S)	M6	100 %
ORGANIGRAMME	Président Directrice générale Directeur de la communication Responsable de la programmation Responsable de l'antenne Responsable des programmes flux Responsable de la communication Attachée de presse Ressources humaines	Thomas VALENTIN Catherine SCHOFER Guillaume TURIN Charlotte GELIS Karen KABALO Stéphanie SARTEL Valérie BOURDERIOUX Delphine BLAZY Sébastien FABLET
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION	Disponible sur la TNT gratuite, le câble, le satellite, l'ADSL, les mobiles et le web	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	**MOBILE** 6ter Replay	**TABLETTE** 6ter Replay
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Guadeloupe Martinique	Le Câble Guadeloupe (WSG) Le câble Martinique (MTVC)
DIFFUSION HORS DE FRANCE	NON	
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	**TELEVISEUR** 6ter Replay	**INTERNET** 6tereplay.fr
REGIE PUBLICITAIRE	M6 Publicité 89, avenue Charles de Gaulle 92 200 Neuilly sur Seine www.m6pub.fr	Frédérique REFALO frederique.refalo@m6.fr 01 41 92 26 48

13ème RUE

42-44, rue de Washington – Immeuble Monceau
75 408 Paris Cedex 08
Tél/Fax : 01 70 60 79 00
www.13emerueuniversal.fr

Société éditrice : NBC Universal Global Networks France S.A.S.
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 09/07/1997
Lancement de la chaîne : 13/11/1997
Forme juridique : S.A.S.
Capital : 225 000 €
Effectif : 31

THEMATIQUE	Fiction
PUBLIC VISE	Tout public
PROGRAMMES PHARES	Rookie Blue, Facing Kate, Burn Notice, US Marshals, Psych Enquêteur malgré lui, True Justice, NY District, London District, Los Angeles District, Les faits Karl Zéro, Passeport pour le crime, Sex Crimes…

ORGANIGRAMME	Présidente	Léonor GRANDSIRE
	DGA en charge des finances	Sylvie MARTIN-RENAUD
	Directrice antenne et nouveaux medias	Maguelone ARIBAUD-DURAN
	Directrice des programmes	Stéphanie HUNT
	Directeur marketing	Fabien SAILLANT
	Directeur juridique et distribution	Julien GROSSLERNER
	Achats et productions	Kevin DEYSSON

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat	OUI	NON
Câble	Numericable	OUI	NON
ADSL	CanalSat DSL	OUI	NON

DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Antilles, Réunion, Nouvelle-Calédonie…	Canal Overseas
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique / Luxembourg	VOO, Coditel
	Belgique	Belgacom
	Suisse	Naxoo, Cablecom, Netdream, CanalSat Suisse, Teleclub
	Afrique Subsaharienne	Canal+ Overseas
	Maroc	Maroc Telecom

SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	**TELEVISEUR**	**INTERNET**
	CanalSat à la demande	www.canalsatalademande.fr

REGIE PUBLICITAIRE	France Télévisions Publicité 64-70, avenue Jean-Baptiste Clément 92 100 Boulogne-Billancourt www.ftv-publicite.fr	Olivier DOUFFIAGUES olivier.douffiagues@ftv-publicite.fr 01 55 22 65 50

AB 1

132, avenue du président Wilson
BP 95
93 213 La Plaine Saint-Denis cedex
Tél/Fax : 01 49 22 20 01 / 22 35
www.ab1tv.fr

Société éditrice : AB Sat
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 01/12/1995
Forme juridique : S.A.S.
Capital : 24 000 000 €

THEMATIQUE	Fiction	
PUBLIC VISE	15-34 ans	
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Cinéma Fiction Jeux et divertissements	34 % 33 % 33 %
ACTIONNAIRE(S)	Groupe AB S.A.	100 %
ORGANIGRAMME	Président Directeur général Directeur de l'antenne Directeur des programmes Communication / Marketing	Jean-Michel FAVA Denis BORTOT Franck LEGRAND Richard MAROKO Gregg BYWALSKI

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Orange	NON	OUI - Extra
	BIS TV, CanalSat	OUI	NON
Câble	Numericable	NON	OUI - Power
ADSL	Free	OUI	NON
	Darty	OUI	OUI
	Orange	NON	OUI - Extra
	SFR-Neuf	NON	OUI - Grand Spectacle
	Bouygues	NON	OUI - Généraliste
Mobile / 3G	Orange Mobile, SFR Mobile	NON	OUI

REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	**MOBILE** OUI	**TABLETTE** OUI
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	OUI	
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	OUI	
REGIE PUBLICITAIRE	REGIS PUB 132, avenue du président Wilson BP 95 93 213 La Plaine Saint-Denis cedex www.regispub.com	Gregg BYWALSKI gregg.bywalski@groupe-ab.fr 01 49 17 24 73

AB MOTEURS

132, avenue du président Wilson
BP 95
93 213 La Plaine Saint-Denis cedex
Tél/Fax : 01 49 22 20 01 / 22 35
www.abmoteurs.com

Société éditrice : AB Sat
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 26/03/1996
Forme juridique : S.A.S.
Capital : 24 000 000 €

THEMATIQUE	Sport	
PUBLIC VISE	Hommes 35-59 ans	
PROGRAMMES PHARES	Nascar, V6, FIM Moto Show	
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Documentaires / Magazines Sport – y compris information sportive	40 % 60 %
ACTIONNAIRE(S)	Groupe AB S.A.	100 %
ORGANIGRAMME	Président Directeur des programmes Communication / marketing	Jean-Michel FAVA Richard MAROKO Gregg BYWALSKI

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Orange	OUI	NON
	CanalSat	NON	OUI
	BIS TV	NON	OUI – Panorama
Câble	Numericable	NON	OUI – Emotion
ADSL	Orange, Free, Bouygues	OUI	NON
	Darty	NON	OUI – Privilège Sport
	SFR-Neuf	NON	OUI – Grand Spectacle
Mobile / 3G	Orange Mobile, SFR Mobile	NON	OUI

REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	**MOBILE** OUI	**TABLETTE** OUI
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	OUI	
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	OUI	
REGIE PUBLICITAIRE	REGIS PUB 132, avenue du président Wilson BP 95 93 213 La Plaine Saint-Denis cedex www.regispub.com	Gregg BYWALSKI gregg.bywalski@groupe-ab.fr 01 49 17 24 73

ACTION

132, avenue du président Wilson
BP 95
93 213 La Plaine Saint-Denis cedex
Tél/Fax : 01 49 22 20 01 / 22 35
www.actiontv.fr

Société éditrice : AB Sat
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 02/04/1996
Forme juridique : S.A.S.
Capital : 24 000 000 €

THEMATIQUE	Cinéma	
PUBLIC VISE	Hommes	
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Cinéma Documentaires / magazines Sport – y compris information sportive	80 % 10 % 10 %
ACTIONNAIRE(S)	Groupe AB S.A.	100 %
ORGANIGRAMME	Président Directeur général Directeur de l'antenne Directeur des programmes Communication / Marketing	Jean-Michel FAVA Denis BORTOT Franck LEGRAND Richard MAROKO Gregg BYWALSKI

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat	NON	OUI
	BIS TV	NON	OUI - Cinérama
	Orange	NON	OUI - Ciné
Câble	Numericable	NON	OUI - Pass Ciné
ADSL	Free	NON	OUI - Ciné Chic / Ciné Choc
	SFR-Neuf	NON	OUI - Grand Spectacle
	Darty	NON	OUI - Privilège Cinéma
	Bouygues	NON	OUI - Cinéma / Grand Cinéma
	Orange	NON	OUI - Ciné

REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	**MOBILE** OUI	**TABLETTE** OUI
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	OUI	
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	OUI	
REGIE PUBLICITAIRE	REGIS PUB 132, avenue du président Wilson BP 95 93 213 La Plaine Saint-Denis cedex www.regispub.com	Gregg BYWALSKI gregg.bywalski@groupe-ab.fr 01 49 17 24 73

ANIMAUX

132, avenue du président Wilson
BP 95
93 213 La Plaine Saint-Denis cedex
Tél/Fax : 01 49 22 20 01 / 22 35
www.animauxtv.fr

Société éditrice : AB Sat
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 02/04/1996
Forme juridique : S.A.S.
Capital : 24 000 000 €

THEMATIQUE	Documentaire	
PUBLIC VISE	39-59/60 et plus	
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Documentaires / magazines	100 %
ACTIONNAIRE(S)	Groupe AB S.A.	100 %
ORGANIGRAMME	Président Directeur des programmes Communication / Marketing	Jean-Michel FAVA Richard MAROKO Gregg BYWALSKI

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	BIS TV	OUI	NON
	CanalSat	NON	OUI
	Orange	NON	OUI - Extra
Câble	Numericable	NON	OUI - Emotion
ADSL	Free	NON	OUI - Tout AB
	SFR-Neuf	NON	OUI - Grand Spectacle
	Darty	NON	OUI - Privilège Emotion
	Bouygues	NON	OUI - Etendu
	Orange	NON	OUI - Extra
Mobile / 3G	Orange Mobile	NON	OUI

REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	**MOBILE** OUI	**TABLETTE** OUI
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	OUI	
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	OUI	
REGIE PUBLICITAIRE	REGIS PUB 132, avenue du président Wilson BP 95 93 213 La Plaine Saint-Denis cedex www.regispub.com	Gregg BYWALSKI gregg.bywalski@groupe-ab.fr 01 49 17 24 73

ARTE

4, quai du Chanoine Winterer
67 000 Strasbourg
Tél/Fax : 03 88 14 22 22 / 00
www.arte.tv

Société éditrice : Arte France / Arte Deutschland
Convention CSA : oui
Forme juridique : GEIE
Création de la chaîne : 02/10/1990
Budget : 413 000 000 €
Lancement de la chaîne : 30/05/1992
Effectif : 450

THEMATIQUE	Culture	
PUBLIC VISE	Tous publics européens	
PRODUCTION Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2012	1 520 heures	
PROGRAMMATION Part de programmes inédits	26 % sur 24 h, 36 % de 08h à 1h, 71 % de 19h à 01h	
Part des différents genres de programmes	Fiction	13 %
	Cinéma	20 %
	Documentaires - Magazines	41 %
	Animation	1 %
	Spectacle vivant	10 %
	Information	13 %
	Court-métrage	3 %
ACTIONNAIRE(S)	Etat Français	48 %
	ARD	24 %
	ZDF	24 %
SOURCES DE FINANCEMENT	Redevance	96 %
	Ressources propres	4 %
ORGANIGRAMME	Présidente	Véronique CAYLA
	Vice-Président	Gottfried LANGENSTEIN
	Directeur administratif	Armin BREGER
	Directeur des programmes	Alain LE DIBERDER
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION	Disponible sur la TNT gratuite, le câble, le satellite, l'ADSL et les mobiles	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	**MOBILE** Arte, Arte+7, Arte Live Web	**TABLETTE** Arte, Arte+7, Arte Live Web
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Tous	TNT
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Divers pays européens	
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	**TELEVISEUR** Arte+7, Free, Orange	**INTERNET** Arte+7 – arte.tv

beIN SPORT 1 et 2

54-56, avenue Emile Zola
92 100 Boulogne-Billancourt
Tél/Fax : 01 58 17 85 00
www.beinsport.fr

Société éditrice : AL JAZEERA SPORTS FRANCE
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 01/06/2012
Lancement de la chaîne : 01/06/2012
Forme juridique : S.A.S.
Capital : 10 000 €
Effectif : 110

THEMATIQUE	Sport premium	
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Sport – y compris information sportive	100 %
PROGRAMMES PHARES	Ligue 1, Ligue 2, Champion League, Europa League, LIGA, NBA, La Serie A, La Bundesliga, Ligue des Champions de handball, D1 handball féminin, NFL, Rugby XIII	
ACTIONNAIRE(S)	AL JAZEERA MEDIA NETWORK	
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité, abonnements	
ORGANIGRAMME	Président	Nasser AL-KHELAIFI
	Vice-Président en charge des programmes	Charles BIETRY
	Directeur général	Youssif AL-OBAIDLI
	Communication / Marketing	Laurent de CAMAS
	Production	Bernard PICHAUD
	Juridique	Caroline GUENNETEAU

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	A LA CARTE
Satellite	CanalSat, BIS TV, Orange	NON	OUI
Câble	Numericable	NON	OUI
ADSL	Orange, CanalSat DSL, Bouygues, Darty, SFR-Neuf, Free, Auchan	NON	OUI

REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	**MOBILE** OUI	**TABLETTE** OUI
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	OUI	Canal Overseas, Parabole Réunion, WSG Zeop Mediaserv
DIFFUSION HORS DE FRANCE	NON	
DIFFUSION SUR INTERNET	NON	
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	NON	
REGIE PUBLICITAIRE	TF1 Publicité 1, quai du Point du Jour 92100 Boulogne	

BE BLACK

2 bis, rue d'Ivry
94 400 Vitry sur Seine
Tél/Fax : 01 72 94 57 33
www.beblack.tv

Société éditrice : CITY MEDIA
Convention CSA : oui
Lancement de la chaîne : 25/05/2011

Forme juridique : S.A.S.
Capital : 37 000
Effectif : 4

THEMATIQUE	Musique – culture noire	
PUBLIC VISE	Amoureux de la culture black	
PRODUCTION Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2012	90 heures	
PROGRAMMES PHARES	Hit musical, Journal du cinéma, Backstage	
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Documentaires - Magazines	1 %
	Spectacle vivant	2 %
	Vidéoclip	95 %
	Jeux et divertissements	2 %
ACTIONNAIRE(S)	Gertrude DARCY	80 %
	Sébastien GADJARD	20 %
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité	60 %
	Autres ressources	40 %
ORGANIGRAMME	Présidente	Gertrude DARCY
	Directeur général – Direction d'antenne	Sébastien GADJARD
	Communication / Marketing	Stéphanie DE MONTIS
	Juridique	M. NCHANKOU

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
ADSL	Free, Orange	OUI	NON

REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	**MOBILE** NON	**TABLETTE** NON
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Afrique subsaharienne	Canal+ Afrique, Globecast (SES5)
DIFFUSION SUR INTERNET	OUI	
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	NON	
REGIE PUBLICITAIRE	City Media 2 bis, rue d'Ivry 94 400 Vitry sur Seine www.beblack.tv	Sébastien GADJARD 06 51 39 28 16

BERBÈRE TÉLÉVISION

1 ter, rue du Marais
93 100 Montreuil
Tél/Fax : 01 48 18 12 30 / 37
www.brtv.fr

Société éditrice : Groupe Radio Berbère Télévision
Convention CSA : oui
Lancement de la chaîne : Janvier 2000
Création de la chaîne : Fin 1999
Forme juridique : S.A.R.L

THEMATIQUE	Généraliste
PUBLIC VISE	Population berbérophone en France, Europe et Nord Afrique
ORGANIGRAMME	Président – Mohamed SAADI Directeur général – Mustapha SAADI Directeur d'antenne et des programmes – Miloud LASAL Communication / Marketing – Hocine DIRI

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	EutelSat AB 3	NON	OUI – Bouquet Berbère
Câble	Numericable	NON	OUI – Bouquet Berbère
ADSL	Orange, Darty, Bouygues, SFR-Neuf, Free	NON	OUI – Bouquet Berbère

REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	**MOBILE** NON	**TABLETTE** NON
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	NON	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Europe, Afrique du Nord	EutelSat AB3
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	**TELEVISEUR** NON	**INTERNET** www.berberetelevision.fr
DIVERSIFICATION OPEREE EN 2012	ANTINEA RADIO sur la Radio Numérique Terrestre	
REGIE PUBLICITAIRE	BRTV Publicité 1 ter, rue du Marais 93 100 Montreuil www.groupebrtv.fr	Hocine DIRI hocinediri@brtvpro.tv 01 48 18 12 38 06 66 86 44 93

BEST OF SHOPPING

13, rue du Capricorne
94 150 Rungis
Tél/Fax : 01 80 14 65 00 / 01
www.bestofshopping.tv

Société éditrice : HSS
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 01/10/2003
Forme juridique : S.A.
Capital : 50 000 €
Effectif : 163 (effectif total HSS)

THEMATIQUE	Téléachat	
PRODUCTION Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2011	8 760 heures	
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Téléachat	100 %
ACTIONNAIRE(S)	HSS	100 %
SOURCES DE FINANCEMENT	Téléachat	100 %
ORGANIGRAMME	Président	Eric D'HOTELANS
	Directeur général	David LARRAMENDY
	Directrice d'antenne et des programmes	Isabelle FOURNIER
	Communication / Marketing	Isabelle FOURNIER
	Production	Monique PARMENTIER
	Juridique	Myriam GUILI
	Achats	Frédérique THIBAUT

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat	OUI	NON
Câble	Numericable	OUI	NON
ADSL	CanalSat DSL, Orange, Free, Bouygues, Darty, SFR-Neuf, Auchan	OUI	NON

DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique

BFM BUSINESS

12, rue d'Oradour-sur-Glane
75 015 Paris
Tél/Fax : 01 71 19 52 70
www.bfmbusiness.com

Société éditrice : CBFM
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 22/10/2010
Forme juridique : S.A.S.
Capital : 37 000 €

THEMATIQUE	Information - Economie	
PUBLIC VISE	Tout public	
PROGRAMMES PHARES	Good Morning Business, Les Experts, le Grand Journal, les Décodeurs de l'Eco, les Sagas BFM Business, C'est votre argent	
ACTIONNAIRE(S)	NextRadioTV	100 %
ORGANIGRAMME	Président Vice-Président Directeur général adjoint Directeur de la gestion Directeur adjoint de la rédaction Responsable de l'antenne Responsable de la promotion et des partenariats	Alain WEILL Guillaume DUBOIS Mathias POURSINE Grégoire de VAISSIERE Emmanuel DUTEIL Laurent DUVAL Amélie FOUASSIER

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat, Fransat, TNT Sat, Orange Sat	OUI	NON
Câble	Numericable	OUI	NON
ADSL	Orange, Bouygues, SFR-Neuf, Free, Virgin Mobile	OUI	NON

REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	**MOBILE** OUI	**TABLETTE** OUI
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Martinique, Nouvelle Calédonie, Guadeloupe	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Suisse, Belgique, Luxembourg	
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	**TELEVISEUR** NON	**INTERNET** www.bfmbusiness.com/programmes-replay/
REGIE PUBLICITAIRE	Next Régie 12, rue d'Oradour-sur-Glane 75 015 Paris www.nextradiotv.com/nextregie.php	Pierre-Henry MEDAN rmcregie@rmcregie.fr 01 71 19 11 71

BFM TV

12, rue d'Oradour-sur-Glane
75 015 Paris
Tél/Fax : 01 71 19 52 70
www.bfmtv.com

Société éditrice : BFMTV
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 07/06/2005
Lancement de la chaîne : 28/11/2005

Forme juridique : S.A.S.
Capital : 63 364 070 €
Effectif : 300

THEMATIQUE	Information	
PUBLIC VISE	Tout public	
PROGRAMMES PHARES	Première Edition, Bourdin Direct, 19h Ruth Elkrief, BFM Politique, 7 jours BFM	
ACTIONNAIRE(S)	NextRadioTV	100 %
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité	100 %
ORGANIGRAMME	Président Directeur général Directeur délégué, directeur de la rédaction Directrice déléguée antenne et moyens technologiques Secrétaire général de la rédaction Directeur de la production Directeur de la gestion Responsable relations presse et partenariats	Alain WEILL Guillaume DUBOIS Hervé BEROUD Béatrice HEMERY Nicolas PRADERE Thomas JUMEL Grégoire de VAISSIERE Marie DURIEUX
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION	Disponible sur la TNT gratuite, le câble, le satellite, l'ADSL et les mobiles	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	**MOBILE** OUI	**TABLETTE** OUI
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Martinique, Guadeloupe, La Réunion, St Pierre-et-Miquelon, Nouvelle Calédonie	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Suisse, Belgique, Luxembourg	
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	**TELEVISEUR** BFMTV Free, SFR, Bouygues	**INTERNET** www.bfmtv.com
REGIE PUBLICITAIRE	Next Régie 12, rue d'Oradour-sur-Glane 75 015 Paris www.nextradiotv.com/nextregie.php	Pierre-Henry MEDAN rmcregie@rmcregie.fr 01 71 19 11 71

BOING

115/123, avenue Charles de Gaulle
92 200 Neuilly-sur-Seine
Tél/Fax : 01 72 25 00 00 / 18 36
www.boingtv.fr

Société éditrice : Turner Broadcasting System Europe Ltd.
Convention CSA : non
Forme juridique : S.A.S.
Lancement de la chaîne : 08/04/2010
Effectif : NC

THEMATIQUE	Jeunesse
PUBLIC VISE	6-12 ans, filles et garçons
PROGRAMMES PHARES	Les Supers Nanas, Le Laboratoire de Dexter, Nom de code Kids Next Door, Quoi d'neuf Scooby-Doo ?, Les Zinzins de l'espace, Courage le chien froussard
ACTIONNAIRE(S)	Turner Broadcasting System Europe 100 %

ORGANIGRAMME	Président	Jaime ONDARZA
	Directeur général adjoint	Pierre BRANCO
	Directeur des programmes et acquisitions	Stéphane PASQUIER-MIYAZAKI
	Communication / Marketing	Adrien FALLU
	Directeur de la distribution	Guillaume COFFIN
	Attachée de presse	Valérie LEROY

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat	OUI	NON
	Orange	NON	OUI - Extra Jeunesse
Câble	Numericable	NON	OUI - Power Family
ADSL	Darty	NON	OUI - Passion
	Orange	NON	OUI - Extra Jeunesse
	SFR- Neuf	NON	OUI - Sélection
	Free	NON	Oui à la carte
	Bouygues, Virgin	NON	OUI - Basique étendu
Mobile/3G	Orange mobile	NON	OUI - TV Mix

DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Guadeloupe, Martinique	Câble Caraïbes
	Maurice	Mauritius Telecom
	Réunion	SFR Réunion, Mobius
	Caraïbes	Orange
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique	Bili
	Suisse	Naxoo, Swisscom, UPC Cablecom, CSat Suisse
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	**TELEVISEUR**	
	Orange, Free, Numericable	
REGIE PUBLICITAIRE	TF1 Publicité 1, quai du Point du jour 92 656 Boulogne www.tf1pub.fr	Vanessa GRIFFITH-NAYLER 01 41 41 39 94

BOOMERANG

115/123, avenue Charles de Gaulle
92 200 Neuilly-sur-Seine
Tél/Fax : 01 72 25 00 00 / 18 36
www.boomerangtv.fr

Société éditrice : Turner Broadcasting System Europe Ltd.
Convention CSA : non
Forme juridique : S.A.S.
Lancement de la chaîne : 01/01/2003
Effectif : NC

THEMATIQUE	Jeunesse	
PUBLIC VISE	3-7 ans et parents	
PROGRAMMES PHARES	La Panthère Rose, Garfield, Looney Tunes Show, Tom et Jerry	
ACTIONNAIRE(S)	Turner Broadcasting System Europe	100 %
ORGANIGRAMME	Président	Jaime ONDARZA
	Directeur général adjoint	Pierre BRANCO
	Directeur des programmes et acquisitions	Stéphane PASQUIER-MIYAZAKI
	Communication / Marketing	Adrien FALLU
	Directeur de la distribution	Guillaume COFFIN
	Attachée de presse	Valérie LEROY

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat	NON	OUI - Famille
	Orange	NON	OUI - Extra - Théma
Câble	Numericable	OUI	NON
ADSL	Darty	OUI	NON
	Orange	NON	OUI - Extra- Théma
	CanalSat DSL	NON	OUI - Famille
	SFR- Neuf	NON	OUI - Sélection
	Free	NON	OUI à la carte
	Bouygues, Virgin	NON	OUI - Etendu
Mobile/3G	Orange mobile	NON	OUI - TV Mix

REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	**MOBILE** Boomerang TV	
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Guadeloupe, Martinique	Câble Caraïbes
	Ile Maurice	Mauritius Télécom
	Réunion	SFR Réunion – Mobius - Mediaserv
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique	Belgacom, Numericable, Be TV, Telesat
	Suisse	Naxoo, CanalSat Suisse, Swisscom, Billi - Netdream
	Luxembourg	
	Sénégal	CoditelExcaf
	Madagascar	Blueline
	Maroc	Maroc Telecom
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	**TELEVISEUR** Free, Numericable, CanalSat, Orange	**INTERNET** www.canalsatalademande.fr
REGIE PUBLICITAIRE	TF1 Publicité 1, quai du Point du jour 92 656 Boulogne	Vanessa GRIFFITH-NAYLER 01 41 41 39 94 www.tf1pub.fr

CANAL+ (Premium, Sport, Cinéma, Family, Décalé)

1, place du Spectacle
92 823 Issy-les-Moulineaux
Tél/Fax : 01 71 35 35 35 / 10 10 71
www.canalplus.fr

payante

Société éditrice : Société d'édition de Canal Plus
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 01/12/1983
Lancement de la chaîne : 04/11/1984
Forme juridique : S.A.
Capital : 95 018 076 €

THEMATIQUE	Généraliste	
PUBLIC VISE	Tout public	
ACTIONNAIRE(S)	Canal+ France Public	49 % 51 %
ORGANIGRAMME	Président Directeur général Directeur général adjoint en charge du pôle payant Directeur de l'antenne	Bertrand MEHEUT Rodolphe BELMER Raphaël DE ANDREIS René SAAL
TNT	Payante	CanalSat

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat	Offre dédiée	
Câble	Numericable	Offre dédiée	
ADSL	Tous les FAI	Offre dédiée	
Mobile / 3G	Orange Mobile, SFR, Bouygues Télécom	Offre dédiée	

REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	**MOBILE** iPhone et Android	**TABLETTE** iPhone et Android
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Réunion / Nouvelle-Calédonie	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Suisse	
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	**TELEVISEUR** Canal+ à la demande	**INTERNET** www.canalsatalademande.fr
REGIE PUBLICITAIRE	Canal+ Régie Arcs de Seine Bât. C - CS 20023 1, rue Les Enfants du Paradis 92 652 Boulogne-Billancourt www.canalplusregie.com	Roger COSTE roger.coste@canal-plus.com 01 71 35 35 35

CANAL J

28, rue François Ier
75 008 Paris
Tél/Fax : 01 56 36 55 55 / 59
www.canalj.fr

Société éditrice : Lagardère Thématiques
Convention CSA : oui
Lancement de la chaîne : 23/12/1985
Création de la chaîne : 23/12/1985
Forme juridique : S.A.S.
Capital : 35 759 368 €

THEMATIQUE	Jeunesse	
PUBLIC VISE	6-12 ans	
ACTIONNAIRE(S)	Lagardère Active	100 %
ORGANIGRAMME	Président	Antoine VILLENEUVE
	Directrice des programmes	Caroline MESTIK
	Directeur de la communication	Nicolas HUBERMAN
	Directrice de la production	Magali TORRICE-VINCON
	Directrice des ressources humaines	Véronique ROBERT
	Directrice des achats	Julia TENRET

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat	OUI	NON
Câble	Numericable	OUI	NON
	Régies locales	OUI	NON
ADSL	CanalSat DSL	OUI	NON
Mobile / 3G	CanalSat Mobile	OUI	NON

DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	OUI	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique Suisse Luxembourg	
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	**TELEVISEUR** CanalSat à la demande	**INTERNET** www.canalsatalademande.fr
REGIE PUBLICITAIRE	Lagardère Publicité 10, rue Thierry Le Luron 92300 Levallois Perret	Clément TEZENAS du MONTCEL 01 41 34 60 00 www.lagardere-pub.com

CARTOON NETWORK

115/123, avenue Charles de Gaulle
92 200 Neuilly-sur-Seine
Tél/Fax : 01 72 25 00 00 / 18 36
www.cartoonnetwork.fr

Société éditrice : Turner Broadcasting System Europe
Convention CSA : non
Lancement de la chaîne : 01/10/1999
Forme juridique : S.A.S.
Capital : 40 000 €
Effectif : NC

THEMATIQUE	Jeunesse	
PUBLIC VISE	6-12 ans	
PROGRAMMES PHARES	Ben 10 Omniverse, Dragons, Wakfu, Gumball, Adventure Time, Scooby-Doo	
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Animation Fiction	90 % 10 %
ACTIONNAIRE(S)	Turner Broadcasting System Europe	100 %
ORGANIGRAMME	Président Directeur général Directeur des programmes et acquisitions Communication / Marketing Attachée de presse	Jaime ONDARZA Pierre BRANCO Stéphane PASQUIER-MIYAZAKI Adrien FALLU Valérie LEROY

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat	OUI	NON
Câble	Numericable	NON	OUI - Premium
ADSL	CanalSat DSL	OUI	NON
Mobile / 3G	Orange Mobile	NON	OUI - TV Max

DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Guadeloupe Martinique Tahiti Réunion	Câble Caraïbes Tahiti NUI Satellite Canal Réunion
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique Suisse Luxembourg Sénégal Madagascar Maroc Tunisie	Belgacom, Be TV, Numericable, Telesat Naxoo, Swisscom, CanalSat, Cablecom Coditel, P&T, Orange Luxembourg Excaf Blueline Maroc Telecom Orange Tunisie
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	**TELEVISEUR** CanalPlay – SFR, Free, Numericable	**INTERNET** CanalSat, Free, Numericable
REGIE PUBLICITAIRE	TF1 Publicité 1, quai du Point du jour 92 656 Boulogne	Vanessa GRIFFITH-NAYLER 01 41 41 39 94 www.tf1pub.fr

CHASSE ET PÊCHE

132, avenue du président Wilson
BP 95
93 213 La Plaine Saint-Denis cedex
Tél/Fax : 01 49 22 20 01 / 22 35
www.chasseetpechetv.com

Société éditrice : AB Sat
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 02/04/1996
Forme juridique : S.A.S.
Capital : 24 000 000 €

THEMATIQUE	Documentaire	
PUBLIC VISE	39-59/60 et plus	
PROGRAMMES PHARES	Chasse au gros gibier, Pêche en mer, Doc Sensation	
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Documentaires - Magazines	100 %
ACTIONNAIRE(S)	Groupe AB S.A.	100 %
ORGANIGRAMME	Président Directeur des programmes Communication / Marketing	Jean-Michel FAVA Richard MAROKO Gregg BYWALSKI

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	BIS TV	NON	OUI - Panorama
	Orange	NON	OUI - Extra
Câble	Numericable	NON	OUI - Emotion
ADSL	Free	NON	OUI - Tout AB
	SFR-Neuf	NON	OUI - Grand Spectacle
	Darty	NON	OUI – Privilège Emotion
	Bouygues	NON	OUI – Etendu
	Orange	NON	OUI - Extra
Mobile / 3G	Orange Mobile	NON	OUI

REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	**MOBILE** OUI	**TABLETTE** OUI
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	OUI	
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	OUI	
REGIE PUBLICITAIRE	REGIS PUB 132, avenue du président Wilson BP 95 93 213 La Plaine Saint-Denis cedex www.regispub.com	Gregg BYWALSKI gregg.bywalski@groupe-ab.fr 01 49 17 24 73

CHÉRIE 25

46-50, avenue Théophile Gautier
75 203 Paris Cedex 16
Tél/Fax : 01 40 71 39 29 / 34 92
www.cherie25.fr

Convention CSA : oui
Lancement de la chaîne : 12/12/2012

Forme juridique : S.A.S.
Capital : 37 000 €

THEMATIQUE	Généraliste - Féminine	
PUBLIC VISE	Tout public	
PROGRAMMES PHARES	Sans tabou, 10 ans de moins, Si vous voulez mon avis, 99 % Plaisir, Roxane - la vie sexuelle de ma pote	
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Fiction	15,0 %
	Cinéma	1,8 %
	Documentaires-Magazines	56,6 %
	Information	2,1 %
	Jeux et divertissements	7,6 %
	Autres	16,9 %
ACTIONNAIRE(S)	NRJ Group	
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité	100 %
ORGANIGRAMME	Direction générale	Gérald-Brice VIRET
	Direction d'antenne	Julien FIGUE
	Direction des programmes	Christine LENTZ
	Communication / Marketing	Frédéric LE BIHAN
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION	Disponible sur la TNT gratuite, le câble, le satellite, l'ADSL et les mobiles	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	**MOBILE** OUI	**TABLETTE** OUI
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	**TELEVISEUR** Chérie 25 replay	**INTERNET** www.cherie25.fr
REGIE PUBLICITAIRE	NRJ Global 22, rue Boileau 75 018 Paris	Alexis RATEAU (dga médias TV et Radio) 01 40 71 38 15

CINÉ+

Espace Eiffel – 1, place du Spectacle
92 863 Issy-les-Moulineaux cedex 9
Tél/Fax : 01 71 35 35 35 /10 10 71
www.cineplus.fr

Société éditrice : Multithématiques
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 24/09/1995
Lancement de la chaîne : 15/09/2002
Forme juridique : S.A.S.
Capital : 84 340 983 €

THEMATIQUE	Cinéma
PUBLIC VISE	Tout public
PRODUCTION Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2012	250 films par mois en VOST sur les 7 chaînes CINE+
ACTIONNAIRE(S)	Canal+ France 100 %
ORGANIGRAMME	Directeur général: Rodolphe BELMER Directrice d'antenne: Nathalie COSTE-CERDAN Direction des programmes: Bruno DELOYE – Myriam HACENE Communication: Régine BILLOT

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat	NON	OUI
Câble	Numericable	NON	OUI
ADSL	CanalSat DSL, Free, SFR-Neuf Darty, Bouygues, Orange	NON	OUI
Mobile / 3G	CanalSat Mobile	NON	OUI

REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	**MOBILE** OUI	
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	OUI	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Suisse Maroc	
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	**TELEVISEUR** Ciné+ à la demande	**INTERNET** Ciné+ à la demande
REGIE PUBLICITAIRE	Canal+ Régie Arcs de Seine Bât. C - CS 20023 1, rue Les Enfants du Paradis 92 652 Boulogne-Billancourt www.canalplusregie.com	Roger COSTE roger.coste@canal-plus.com 01 71 35 35 35

CINÉ FX

132, avenue du président Wilson
BP 95
93 213 La Plaine Saint-Denis cedex
Tél/Fax : 01 49 22 20 01 / 22 35
www.cinefx.net

Société éditrice : AB Sat
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 15/09/2002
Forme juridique : S.A.S.
Capital : 24 000 000 €

THEMATIQUE	Cinéma	
PUBLIC VISE	Hommes	
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Cinéma Documentaires - Magazines	90 % 10 %
ACTIONNAIRE(S)	Groupe AB S.A.	100 %
ORGANIGRAMME	Président Directeur général Directeur d'antenne Directeur des programmes Communication / Marketing	Jean-Michel FAVA Denis BORTOT Franck LEGRAND Richard MAROKO Gregg BYWALSKI

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat	NON	OUI
	BIS TV	NON	OUI - Cinérama
	Orange	NON	OUI - Ciné
Câble	Numericable	NON	OUI - Pass Ciné
ADSL	Free	NON	OUI - Ciné Choc / Ciné Chic
	SFR-Neuf	NON	OUI - Grand Spectacle
	Darty	NON	OUI - Privilège Cinéma
	Bouygues	NON	OUI - Cinéma / Grand Cinéma
	Orange	NON	OUI - Ciné

REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	**MOBILE** OUI	**TABLETTE** OUI
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	OUI	
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	OUI	
REGIE PUBLICITAIRE	REGIS PUB 132, avenue du président Wilson BP 95 93 213 La Plaine Saint-Denis cedex www.regispub.com	Gregg BYWALSKI gregg.bywalski@groupe-ab.fr 01 49 17 24 73

COMÉDIE+

Espace Eiffel – 1, place du Spectacle
92 863 Issy-les-Moulineaux cedex 9
Tél/Fax : 01 49 22 20 01
www.comedieplus.fr

Société éditrice : Multithématiques
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 29/11/1997
Forme juridique : S.A.S.
Capital : 179 340 €

THEMATIQUE	Fiction et divertissement	
PUBLIC VISE	Tout public	
ACTIONNAIRE(S)	Multithématiques	100 %
ORGANIGRAMME	Directeur général	Rodolphe BELMER
	Directeur général adjoint du pôle payant	Raphaël DE ANDREIS
	Directrice du pôle création originale	Arielle SARACCO
	Directrice des chaînes de divertissement	Mathilde VALLAT
	Directeur des programmes	Manuel COHEN-SCALI
	Directrice marketing et commercial	Mathilde VILLETTE
	Directrice de la communication programmes	Régine BILLOT
	Responsable de la communication	Delphine VAQUIER
	Attachée de presse	Elisabeth LEBOUT

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat	OUI	NON
Câble	Numericable, Valvision	OUI	NON
ADSL	CanalSat DSL	NON	OUI

DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Antilles	Canalsat
	Réunion	Canalsat, Parabole Réunion
	Nouvelle Calédonie	Canalsat
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique	Be TV, Numericable, Telesat
	Suisse	Canalsat, Naxoo, Cablecom
	Monaco	Monaco Telecom
	Maurice, Madagascar	Canalsat, Parabole Maurice Madagascar
REGIE PUBLICITAIRE	Canal+ Régie Arcs de Seine Bât. C - CS 20023 1, rue Les Enfants du Paradis 92 652 Boulogne-Billancourt www.canalplusregie.com	Roger COSTE roger.coste@canal-plus.com 01 71 35 35 35

CUISINE+

Espace Eiffel - 1 place du Spectacle
92 863 Issy-les-Moulineaux cedex 9
Tél : 01 71 35 35 35 - Fax : 01 71 10 12 01
www.cuisine-plus.tv

Société éditrice : Multithématiques
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 22/12/1999
Lancement de la chaîne : 14/04/2001
Forme juridique : S.A.S.
Capital : 748 615 €

THEMATIQUE	Art de vivre	
PUBLIC VISE	Tout public	
ACTIONNAIRE(S)	Multithématiques	100 %
ORGANIGRAMME	Directeur général	Rodolphe BELMER
	Directeur général adjoint du pôle payant	Raphael DE ANDREIS
	Directrice du pôle création originale	Arielle SARACCO
	Directrice des chaînes de divertissement	Mathilde VALLAT
	Directrice déléguée de la chaîne	Charlotte MEUNIER
	Directeur des programmes	Damiano MALCHIODI
	Chargées des partenariats et promotion	Vanessa MOLLE et Karina TIROLIEN
	Directrice de la communication programmes	Régine BILLOT
	Responsable de la communication	Delphine VAQUIER
	Attachée de presse	Elisabeth LEBOUT

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat	OUI	NON
Câble	Numericable	NON	OUI
ADSL	CanalSat	NON	OUI

DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Antilles	CanalSat
	Réunion	CanalSat
	Nouvelle Calédonie	CanalSat
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique	Numericable
	Suisse	Canal Sat
	Luxembourg	Numericable
	Afrique	CanalSat Afrique
	Maroc	Maroc Telecom
REGIE PUBLICITAIRE	Canal+ Régie Arcs de Seine Bât. C - CS 20023 1, rue Les Enfants du Paradis 92 652 Boulogne-Billancourt www.canalplusregie.com	Roger COSTE roger.coste@canal-plus.com 01 71 35 35 35

D8

1, place du Spectacle
92 823 Issy-les-Moulineaux
Tél/Fax : 01 71 35 35 35
www.d8.tv

Société éditrice : Groupe Canal+
Convention CSA : oui
Lancement de la chaîne : 07/10/2012

Forme juridique : S.A.S.
Capital : 10 000 €
Effectif : 171

THEMATIQUE	Généraliste	
PUBLIC VISE	Tout public	
PROGRAMMES PHARES	Touche pas à mon poste !, Le grand 8, Nouvelle Star, Palmashow l'émission, etc.	
PRODUCTION Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2012	8 760 heures	
PROGRAMMATION Part de programmes inédits (% du volume de diffusion)	29,86 %	
Part des différents genres de programmes	Fiction	17 %
	Cinéma	4 %
	Spectacle vivant	2 %
	Documentaires-Magazines	44 %
	Sport – y compris information sportive	1 %
	Jeux et divertissements	2 %
	Autres	29 %
ORGANIGRAMME	Président	Ara APRIKIAN
	Directeur des programmes	Xavier GANDON
	Communication / Marketing	Virginie GRANDCLAUDE
	Marketing	Ingrid MERLE
	Production	Maxime FOUCHÉ
	Juridique	Christine N'GUYEN
	Achats	Yann LE PRADO
	Technique	Frédéric BROCHARD
	Nouveaux contenus	Laurent ESPOSITO
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION	Disponible sur la TNT gratuite, le câble, le satellite, l'ADSL et les mobiles	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	**MOBILE** OUI	**TABLETTE** OUI
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Caraïbes, Réunion et Nouvelle Calédonie	Orange, Canal Overseas, SFR, Mobius, King TV, Mediaserv, Outremer Telecom
DIFFUSION HORS DE FRANCE	NON	
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE		**INTERNET** www.d8.tv
REGIE PUBLICITAIRE	Canal+ Régie Arcs de Seine Bât. C - CS 20023 1, rue Les Enfants du Paradis 92 652 Boulogne-Billancourt www.canalplusregie.com	Roger COSTE roger.coste@canal-plus.com 01 71 35 54 40

D17

1, place du Spectacle
92 823 Issy-les-Moulineaux
Tél/Fax : 01 71 35 35 35
www.d17.tv

Société éditrice : Groupe Canal+
Convention CSA : oui
Lancement de la chaîne : 07/10/2012

Forme juridique : S.A.S
Capital : 10 000 €
Effectif : 15

THEMATIQUE	Musicale	
PUBLIC VISE	Tout public	
PROGRAMMES PHARES	Morning Star, Star story, Mangas : One Piece, Fairy Tail, Bleach, Toriko, etc	
PRODUCTION Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2012	8 760 heures	
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Fiction	11 %
	Cinéma	3 %
	Spectacle vivant	8 %
	Documentaires-Magazines	9 %
	Vidéoclip	51 %
	Jeux et divertissements	2 %
	Autres	16 %
ORGANIGRAMME	Président	Ara APRIKIAN
	Directeur des programmes	Xavier GANDON
	Communication / Marketing	Virginie GRANDCLAUDE
	Marketing	Ingrid MERLE
	Production	Maxime FOUCHÉ
	Juridique	Christine N'GUYEN
	Achats	Yann LE PRADO
	Technique	Frédéric BROCHARD
	Nouveaux contenus	Laurent ESPOSITO
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION	Disponible sur la TNT gratuite, le câble, le satellite, l'ADSL et les mobiles	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	**MOBILE** OUI	**TABLETTE** OUI
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Caraïbes, Réunion	Orange, Canal overseas, SRR, Mobius WSG, Outremer Telecom
DIFFUSION HORS DE FRANCE	NON	
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE		**INTERNET** www.d17.tv
REGIE PUBLICITAIRE	Canal+ Régie Arcs de Seine Bât C - CS 20023 1, rue Les Enfants du Paradis 92652 Boulogne-Billancourt www.canalplusregie.com	Roger COSTE roger.coste@canal-plus.com 01 71 35 54 40

DEMAIN !

1, rue Patry
92 220 Bagneux
Tél/Fax : 01 45 36 89 00 / 01
www.demain.fr

Société éditrice : Demain Saison 2
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 29/11/1997
Lancement de la chaîne : 29/11/1997

Forme juridique : S.A.S.
Capital : 450 000 €
Effectif : 12

THEMATIQUE	Service	
PUBLIC VISE	Tout public	
PROGRAMMES PHARES	Journal de l'Emploi, SOS Campagne, Label Entreprise	
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Documentaires - Magazines Autres	60 % 40 %
ACTIONNAIRE(S)	TV LOCO SPMI	
ORGANIGRAMME	Président Directeur général Production Rédacteur en chef	Jean-Luc NELLE Emmanuel DES MOUTIS Virginie SCHMIDT Jérôme JOINET
TNT	Gratuite en Ile-de-France	

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	FranSat	OUI	NON
Câble	Numericable	OUI	NON
ADSL	Orange, Free, Bouygues, Darty, SFR-Neuf	OUI	NON

DIFFUSION HORS DE FRANCE		
DIFFUSION SUR INTERNET	OUI	
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE		**INTERNET** www.demain.fr

DISCOVERY CHANNEL

Chiswick Park Building 2, 566 Chiswick High Road
Londres W4 5 YB Royaume-Uni
www.discoverychannel.fr

Société éditrice : Discovery Communications
Convention CSA : non
Lancement de la chaîne : 01/09/2004
Création de la chaîne : 01/09/2004
Forme juridique : S.A.S.

THEMATIQUE	Documentaire
PROGRAMMES PHARES	Mythbusters, Top Gear, American Chopper

ORGANIGRAMME	Président	Dee FORBES
	Directeur général	Nicolas BONARD
	Directeur des programmes	Anne-Sophie CHANOUX
	Communication / Marketing	Matthieu DUMAS

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat	NON	OUI
Câble	Numericable	OUI	NON

REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	**MOBILE**	**TABLETTE**
	NON	NON

SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	**TELEVISEUR**
	CanalSat à la demande

DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	La Réunion	Parabole Réunion
	Polynésie	Tahiti NUI

DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique	BeTV
	Monaco	MC Câble
	Suisse	Naxoo

REGIE PUBLICITAIRE	France Télévisions Publicité 64/70, avenue Jean-Baptiste Clément 92 100 Boulogne Cedex www.ftv-publicite.fr	Céline KALDILI Celine.Kaldili@ftv-publicite.fr 01 56 22 63 86

DISCOVERY SCIENCE

Chiswick Park Building 2, 566 Chiswick High Road
Londres W4 5 YB Royaume-Uni
www.discoveryscience.fr

Société éditrice : Discovery Communications
Convention CSA : non
Lancement de la chaîne : 18/09/2012
Création de la chaîne : 18/09/2012
Forme juridique : S.A.S.

THEMATIQUE	Documentaire
PROGRAMMES PHARES	Clés de l'Univers, Stephen Hawking, Voyage dans l'espace-temps

ORGANIGRAMME	Président	Dee FORBES
	Directeur général	Nicolas BONARD
	Directeur des programmes	Anne-Sophie CHANOUX
	Communication / Marketing	Matthieu DUMAS

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat	NON	OUI
Câble	Numericable	OUI	NON

REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	**MOBILE**	**TABLETTE**
	NON	NON

SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	**TELEVISEUR**
	CanalSat à la demande

DIFFUSION HORS DE FRANCE	NON

REGIE PUBLICITAIRE	France Télévisions Publicité 64/70, avenue Jean-Baptiste Clément 92 100 Boulogne Cedex www.ftv-publicite.fr	Céline KALDILI Celine.Kaldili@ftv-publicite.fr 01 56 22 63 86

DISNEY CHANNEL
DISNEY CHANNEL+1

1, rue de la Galmy - Chessy
77 776 Marne La Vallée cedex
Tél/Fax : 01 64 17 50 00
www.disney.fr

Société éditrice : The Walt Disney Company France SAS
Convention CSA : oui
Forme juridique : S.A.S.
Lancement Disney Channel: 09/07/1996
Capital : 384 810 €
Lancement Disney Channel+1: 02/11/2002

THEMATIQUE	Jeunesse	
PUBLIC VISE	Garçons et filles 8 à 14 ans	
PROGRAMMES PHARES	Shake it up, Jessie, Austin & Ally, Violetta, Bonne chance Charlie, Phineas & Ferb, etc	
ACTIONNAIRE(S)	Disney Enterprises Inc.	100 %
ORGANIGRAMME	Président Directrice générale Directrice des programmes Directrice du marketing	Jean-François CAMILLERI Hélène ETZI Pauline DAVIN Sandrine MIES

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat	OUI	NON
Câble	Numericable	OUI	NON
ADSL	Orange, Bouygues, Darty, SFR, Free Virgin Mobile	OUI	NON

DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	La Réunion, Maurice, Calédonie	Canal Overseas
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Afrique, Caraïbes Belgique Suisse Luxembourg Monaco Telecom	Canal Overseas, TNS Belgacom, VOO, Numericable Belgique, Telenet, TéléSat, BeTV CanalSat Suisse, Naxoo, Valvision, Net+, Téléclub UPC Cablecom Numericable Luxembourg, Tango Monaco Telecom
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	**TELEVISEUR** Disney Channel Replay Disney Channel Avant Première service premium	
REGIE PUBLICITAIRE	TF1 Publicité 1, quai du Point du Jour 92 100 Boulogne-Billancourt	01 41 41 30 30 www.tf1pub.fr

DISNEY CINEMAGIC
DISNEY CINEMAGIC +1
DISNEY CINEMAGIC HD

Building 12, 586 Chiswick High Road
W5, 5AN, Londres, Royaume-Uni
Tél/Fax : +44 20 86 36 2000
www.disney.fr

Société éditrice : The Walt Disney Company Limited
Convention CSA : non
Lancement Disney Cinemagic: 04/09/2007
Lancement Disney Cinemagic HD: 30/11/2007

THEMATIQUE	Cinéma
PUBLIC VISE	L'expérience Disney VIP pour toute la famille
PROGRAMMES PHARES	Cendrillon, Toy Story 2, Cars 2, Les Aristochats, Merlin l'enchanteur
ACTIONNAIRE(S)	The Walt Disney Company LImited. 100 %

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat	NON	OUI – Pass famille ou HD
Câble	Numericable	NON	OUI - Box Gold HD ou Pass Famille

DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	La Réunion, Maurice, Calédonie	Canal Overseas
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Afrique, Caraïbes Belgique Suisse Luxembourg Monaco Telecom	Canal Overseas Belgacom, Be TV, Numericable Belgique, CanalSat Suisse, Naxoo, Valvision, Net+, Téléclub, UPC Cablecom Numericable Luxembourg, Tango Monaco Telecom
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	**TELEVISEUR** Disney Cinemagic Replay sur CanalSat, Numericable	
REGIE PUBLICITAIRE	TF1 Publicité 1, quai du Point du Jour 92 100 Boulogne-Billancourt	01 41 41 30 30 www.tf1pub.fr

DISNEY JUNIOR

1, rue de la Galmy - Chessy
77 776 Marne La Vallée cedex
Tél/Fax : 01 64 17 50 00
www.disney.fr

Société éditrice : The Walt Disney Company France S.A.S
Convention CSA : oui
Forme juridique : S.A.S.
Création de la chaîne : 29/07/1996
Capital : 384 810 €
Lancement de la chaîne : 02/11/2002

THEMATIQUE	Jeunesse	
PUBLIC VISE	La chaîne des 3-7 ans	
PROGRAMMES PHARES	Princesse Sofia, Jake et les pirates du pays imaginaire, Docteur la peluche, La maison de Mickey, etc	
ACTIONNAIRE(S)	Disney Enterprises Inc.	100 %
ORGANIGRAMME	Président Directrice générale Directrice des programmes Directrice du marketing	Jean-François CAMILLERI Hélène ETZI Pauline DAVIN Sandrine MIES

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat	OUI	NON
Câble	Numericable	NON	OUI – Pass famille

DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	La Réunion, Maurice	Canal Overseas
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Afrique, Caraïbes Belgique Suisse Luxembourg Monaco Telecom	Canal Overseas Belgacom, Be TV, Numericable Belgique, Telenet CanalSat Suisse, Naxoo, Net+, Téléclub, UPC cablecom Numericable Luxembourg, Tango Monaco Telecom
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	**TELEVISEUR** Disney Junior Replay sur CanalSat, Numericable	
REGIE PUBLICITAIRE	TF1 Publicité 1, quai du Point du Jour 92 100 Boulogne-Billancourt	01 41 41 30 30 www.tf1pub.fr

DISNEY XD

1, rue de la Galmy - Chessy
77 776 Marne La Vallée cedex
Tél/Fax : 01 64 17 50 00
www.disneyxd.fr

Société éditrice : The Walt Disney Company France S.A.S
Convention CSA : oui
Forme juridique : S.A.S.
Création de la chaîne : 01/04/2009
Capital : 384 810 €
Lancement de la chaîne : 01/04/2009

THEMATIQUE	Jeunesse	
PUBLIC VISE	La chaine de tous les héros - Garçons de 8 à 14 ans	
PROGRAMMES PHARES	Ultimate Spiderman, Tron, Avengers, Paires de rois, Kick Kasskoo, Tatami Academy, Crash et Bernstein	
ACTIONNAIRE(S)	Disney Enterprises Inc.	100 %
ORGANIGRAMME	Président Directrice générale Directrice des programmes Directrice du marketing	Jean-François CAMILLERI Hélène ETZI Pauline DAVIN Sandrine MIES

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat	NON	OUI – CanalSat 4 étoiles
Câble	Numericable	NON	OUI – Box Premium HD ou Pass Famille

DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	La Réunion, Maurice, Madagascar, Mayotte	Canal Overseas
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Afrique, Caraïbes Belgique Suisse Luxembourg Monaco Telecom	Canal Overseas Belgacom, Be TV, Numericable Belgique, Telenet, TéléSat CanalSat Suisse, Naxoo, Valvision, Net+, Téléclub, UPC Cablecom Numericable Luxembourg, Tango Monaco Telecom
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	**TELEVISEUR** Disney XD Replay – CanalSat, Numericable	
REGIE PUBLICITAIRE	TF1 Publicité 1, quai du Point du Jour 92 100 Boulogne-Billancourt	01 41 41 30 30 www.tf1pub.fr

E !

Central Saint Giles
1st floor
London. WC2H 8NU, Royaume-Uni
Tél : 0044 (0) 207 297 5050
www.eonline.com

Société éditrice : E! Entertainment UK Ltd
Convention CSA : non
Création de la chaîne : 01/06/1991
Lancement de la chaîne : 12/09/2004

THEMATIQUE	Divertissement
PUBLIC VISE	Femmes 18-34 ans
PROGRAMMES PHARES	Documentaires : Hollywood Stories ; E !News ; Fashion Police Séries : L'incroyable Famille Kardashian, Mrs Eastwood & Company
ORGANIGRAMME	Executive Vice President — Duccio DONATI Senior Vice President International — Lee RAFTERY

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat	OUI	NON
Câble	Numericable	OUI	NON
ADSL	Orange, SFR	OUI	NON
	Free	NON	OUI à la carte

DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	OUI
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Plus de 120 pays avec plus de 170 millions d'abonnés
REGIE PUBLICITAIRE	France Télévisions Publicité 64/70, avenue Jean-Baptiste Clément 92100 Boulogne-Billancourt www.ftv-publicite.fr

ENCYCLO

132, avenue du président Wilson
BP 95
93 213 La Plaine Saint-Denis cedex
Tél/Fax : 01 49 22 20 01 / 22 35
www.encyclo.com

Société éditrice : AB Sat
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 02/04/1996
Forme juridique : S.A.S.
Capital : 24 000 000 €

THEMATIQUE	Documentaire	
PUBLIC VISE	35-59/60 et +	
PROGRAMMES PHARES	Le Mag de la Science, l'Aventure spatiale	
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Documentaires - Magazines	100 %
ACTIONNAIRE(S)	Groupe AB S.A.	100 %
ORGANIGRAMME	Président Directeur général Directeur de l'antenne Directeur des programmes Communication / Marketing Production	Jean-Michel FAVA Denis BORTOT Jean-Sébastien BRUNIE Richard MAROKO Gregg BYWALSKI Virginia SUBRAMANIYAM

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Canal Sat	NON	OUI
	BIS TV	NON	OUI - Panorama
	Orange	NON	OUI - Extra
Câble	Numericable	NON	OUI - Pass Emotion
ADSL	Free	NON	OUI - Tout AB
	SFR-Neuf	NON	OUI - Grand Spectacle
	Darty	NON	OUI - Privilège Emotion
	Bouygues	NON	OUI - Etendu
	Orange	NON	OUI - Extra

REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	**MOBILE** OUI	**TABLETTE** OUI
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	OUI	
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	OUI	
REGIE PUBLICITAIRE	REGIS PUB 132, avenue du président Wilson BP 95 93 213 La Plaine Saint-Denis cedex www.regispub.com	Gregg BYWALSKI gregg.bywalski@groupe-ab.fr 01 49 17 24 73

EQUIDIA LIFE

ZAC Kléber
165, Boulevard de Valmy
92 700 Colombes
Tél/Fax : 01 46 52 89 00 / 21 61
www.equidia.fr

Société éditrice : S.A.S. Equidia
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 20/09/2011
Lancement de la chaîne : 20/09/2011
Forme juridique : S.A.S.

THEMATIQUE	Sport - Cheval	
PUBLIC VISE	Cavaliers et amoureux du cheval et des sports équestres	
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Fiction	4 %
	Cinéma	1 %
	Documentaires - Magazines	63 %
	Spectacle vivant	2 %
	Sport – y compris information sportive	30 %
ACTIONNAIRE(S)	SECF (Cheval Français)	47,5 %
	France Galop	47,5 %
	PMU	5,0 %
ORGANIGRAMME	Directeur général	Eric BRION
	Directeur technique	Jean-François BERTRAND
	Directeur des contenus	Yves BRUEZIERE
	Directeur de la rédaction	Jérôme LENFANT
	Direction Stratégies/Marketing	Florence AMALOU

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat, Orange	OUI	NON
Câble	Numericable	OUI	NON
ADSL	Free, SFR-Neuf, Darty, Bouygues, Orange, CanalSat DSL, Alice	OUI	NON
Mobile / 3G	Orange Mobile, SFR Mobile Virgin Mobile	OUI	NON
	Bouygues Télécom	NON	OUI

DIFFUSION HORS DE FRANCE	Suisse	Teleclub
	Ile Maurice	CanalSat Suisse, Naxoo
		CanalSat Overseas
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	**TELEVISEUR** Equidia – Free, Numericable, SFR, Canal	**INTERNET** Equidia Watch – www.equidiawatch.fr
REGIE PUBLICITAIRE	REMICS & Cie 6, rue Emile Verhaeren 92 210 Saint-Cloud www.remicsetcompagnie.fr	Remi COLLARD remi@remicsetcompagnie.com 01 76 61 83 60

EQUIDIA LIVE

ZAC Kléber
165, Boulevard de Valmy
92 700 Colombes
Tél/Fax : 01 46 52 89 00 / 21 61
www.equidia.fr

Société éditrice : S.A.S. Equidia
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 20/09/1999
Lancement de la chaîne : 20/09/1999
Forme juridique : S.A.S.

THEMATIQUE	Sport - Info	
PUBLIC VISE	Parieurs, passionnés des courses hippiques	
PROGRAMMES PHARES	Un jour aux courses, La matinale, L'avant course, Prono+, le JT	
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Fiction Cinéma Sport – y compris information sportive	1 % 3 % 96 %
ACTIONNAIRE(S)	SECF (Cheval Français) France Galop PMU	47,5 % 47,5 % 5,0 %
ORGANIGRAMME	Directeur général Directeur technique Directeur des contenus Directeur de la rédaction Direction stratégies/marketing	Eric BRION Jean-François BERTRAND Yves BRUEZIERE Jérôme LENFANT Florence AMALOU

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat, Orange, BIS TV	OUI	NON
Câble	Numericable	OUI	NON
ADSL	Free , SFR-Neuf , Darty, Bouygues, Orange, CanalSat DSL, Alice	OUI	NON
Mobile / 3G	Orange Mobile, SFR Mobile Virgin Mobile	OUI	NON
	Bouygues Télécom	NON	OUI

DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Caraïbes, Ile Maurice, Réunion	CanalSat
	Martinique, Guadeloupe, Guyane	Outremer Télécom
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Suisse Belgique Monaco Telecom	CanalSat Suisse, Naxoo Voo Monaco Télécom
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	**TELEVISEUR** Equidia – Free, Numericable, SFR, Canal	**INTERNET** Equidia Watch – www.equidiawatch.fr
REGIE PUBLICITAIRE	REMICS & Cie 6, rue Emile Verhaeren 92 210 Saint-Cloud www.remicsetcompagnie.fr	Remi COLLARD remi@remicsetcompagnie.com 01 76 61 83 60

ESCALES

132, avenue du président Wilson
BP 95
93 213 La Plaine Saint-Denis cedex
Tél/Fax : 01 49 22 20 01 / 22 35
www.escalestv.fr

Société éditrice : AB Sat
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 02/04/1996
Forme juridique : S.A.S.
Capital : 24 000 000 €

THEMATIQUE	Documentaire	
PUBLIC VISE	Hommes 35-59 ans	
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Documentaires - Magazines	100 %
ACTIONNAIRE(S)	Groupe AB S.A.	100 %
ORGANIGRAMME	Président Directeur des programmes Communication / Marketing	Jean-Michel FAVA Richard MAROKO Gregg BYWALSKI

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Canal Sat	NON	OUI
	BIS TV	NON	OUI - Panorama
	Orange	NON	OUI - Extra
Câble	Numericable	NON	OUI - Pass Emotion
ADSL	Free	NON	OUI - Tout AB
	SFR-Neuf	NON	OUI - Grand Spectacle
	Darty	NON	OUI - Privilège Emotion
	Bouygues	NON	OUI - Etendu
	Orange	NON	OUI - Extra

REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	**MOBILE** OUI	**TABLETTE** OUI
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	OUI	
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	**TELEVISEUR** OUI	
REGIE PUBLICITAIRE	REGIS PUB 132, avenue du président Wilson BP 95 93 213 La Plaine Saint-Denis cedex www.regispub.com	Gregg BYWALSKI gregg.bywalski@groupe-ab.fr 01 49 17 24 73

EURONEWS

60, chemin des Mouilles
69 130 Ecully
Tél/Fax : 04 72 18 80 00 / 04 78 33 27 17
www.euronews.com

Société éditrice : Euronews S.A.
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 01/08/1992
Lancement de la chaîne : 01/01/1993
Forme juridique : S.A.
Capital : 3 846 610 €
Effectif : 450

THEMATIQUE	Information	
PUBLIC VISE	Tout public	
PROGRAMMES PHARES	No Comment, I talk, The Network, Space, Learning World	
ACTIONNAIRE(S)	France Télévisions	22,84 %
	RAI Italie	20,56 %
	RTR Russie	15,25 %
	TRT Turquie	14,13 %
	SSR Suisse	8,73 %
	SNRT Maroc	5,73 %
ORGANIGRAMME	Président du directoire	Michael PETERS
	Directeur de la rédaction	Lucian SARB
	Directeur commercial et directeur général d'Euronews Sales	Olivier de MONTCHENU
	Directrice des ressources et des technologies	Cécile LEVEAUX
	Directeur des relations extérieures	Grégoire de RUBIANA
	Directeur monde de l'antenne et du marketing programmes	Gregory SAMAK

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat, Orange, BIS TV, TNT Sat	OUI	NON
Câble	Numericable, Usine électricité de Metz, Vialis, Valvision, France Citévision + régies	OUI	NON
ADSL	CanalSat DSL, Orange,	OUI	NON
	Bouygues,	OUI	OUI dans bouquets linguistiques
	Darty, Auchan	OUI	NON
	SFR-Neuf	OUI	OUI dans bouquets linguistiques
	Free, Alice	OUI	OUI dans bouquets linguistiques
Mobile / 3G	SFR Mobile, Orange Mobile	OUI	NON

REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	**MOBILE** Euronews Live / No Comment TV Euronews Radio, Euronews Express	**TABLETTE** Euronews Live / Euronews Radio
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	La Réunion, Nouvelle Calédonie	CanalSat Réunion, Telenet, C'nal
DIFFUSION HORS DE FRANCE	155 pays à travers le monde	
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	**TELEVISEUR** Replay : Free, Numericable TV Connectée : Panasonic, Philips, Samsung, Toshiba, LG, Loewe, Vestel via NetRange MMH, Sharp, Roku, Technisat, Sony, Google TV	**INTERNET** www.euronews.com
REGIE PUBLICITAIRE	Euronews Sales 50, avenue des Champs Elysées 75 008 Paris	Olivier de MONTCHENU 01 53 96 50 11

EUROSPORT
EUROSPORT 2

3, rue Gaston et René Caudron
92 798 Issy-les-Moulineaux
Tél/Fax : 01 40 93 80 00 / 96 54
www.eurosport.fr

payante

Société éditrice : Eurosport S.A.S
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 01/02/1989
Lancement de la chaîne : 01/02/1989 **Forme juridique :** S.A.S

THEMATIQUE	Sport	
PUBLIC VISE	Tout public	
PROGRAMMES PHARES	Coupe de France de football, Ligue 2, Coupe du monde de sports d'hiver, Tour de France, Roland-Garros, Ligue 2, Pro D2...	
ACTIONNAIRE(S)	Groupe TF1	100 %
ORGANIGRAMME	Président Direction générale Communication	Laurent Eric LE LAY Arnaud SIMON Bertrand BRIDON
TNT	Payante	CanalSat, Boulanger, Lib'Télé, Réglo TV

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat	OUI	NON
Câble	Numericable	OUI	NON
ADSL	Orange	NON	OUI
	CanalSat, Bouygues,	OUI	NON
	SFR	NON	OUI
Mobile / 3G	CanalSat	OUI	NON
	Orange,	NON	OUI à la carte
	SFR, Bouygues Telecom	NON	OUI

REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	**MOBILE** Eurosport Player	**TABLETTE ET PC** Eurosport Player
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	OUI	Canal Overseas
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique, Luxembourg, Suisse, Monaco	
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE		**INTERNET** Numericable, CanalSat, Eurosport Player
REGIE PUBLICITAIRE	TF1 Publicité 1, quai du Point du jour 92 656 Boulogne www.tf1pub.fr	Stéphane DEVERGIES sdevergies@tf1.fr 01 41 41 38 53

EUROSHOPPING

45, avenue Victor Hugo
93 534 Aubervilliers cedex
Tél/Fax : 0892 017 017
www.euroshopping.fr

Société éditrice : Teleshopping
Convention CSA : oui
Lancement de la chaîne : 2012
Forme juridique : S.A.S.
Capital : 5 127 450 €

THEMATIQUE	Service - Téléachat	
PUBLIC VISE	Tout public	
ACTIONNAIRE(S)	Télévision Française 1 S.A.	100 %
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Télé-achat	100 %
ORGANIGRAMME	Président Directeur général Directeur d'antenne Communication / Marketing Production Juridique	Regis RAVANAS Jérôme DILLARD Gilles LABOUYRIE Isabelle BASSET Antoine JOANNES Jérémy ROUSSEAU

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat	OUI	NON
Câble	Numericable	OUI	NON
ADSL	Orange, Bouygues	OUI	NON

	MOBILE	TABLETTE
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	NON	NON

DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	NON
DIFFUSION HORS DE FRANCE	NON
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	NON

FRANCE 2

7, esplanade Henri de France
75 907 Paris cedex 15
Tél : 01 56 22 42 42
www.france2.fr

Société éditrice : France Télévisions
Convention CSA : oui

Forme juridique : S.A. à capitaux publics
Création de la chaîne : 18/04/1964

THEMATIQUE	Généraliste	
PUBLIC VISE	Tout public	
PROGRAMMES PHARES	Envoyé spécial, Mots croisés, Stade 2, Rendez-vous en terre inconnue, Secrets d'histoire, Fais pas ci, fais pas ça, Télématin, Un jour, un destin, On n'est pas couché, On n'demande qu'à en rire, La parenthèse inattendue, Infrarouge, Vivement dimanche, Le plus grand cabaret du monde, Faites entrer l'accusé, etc.	
PRODUCTION Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2012	3 350 heures	
PROGRAMMATION Part de programmes inédits	73 %	
Part des différents genres de programmes	Fiction	12,7 %
	Cinéma	3,7 %
	Documentaires - Magazines	33,5 %
	Spectacle vivant	1,4 %
	Vidéoclip	0,2 %
	Sport – y compris information sportive	5,2 %
	Information	16,1 %
	Jeux et divertissements	17,3 %
	Autres	9,9 %
ACTIONNAIRE(S)	France Télévisions	100 %
ORGANIGRAMME	Président	Rémy PFLIMLIN
	Directeur général délégué aux programmes	Bruno PATINO
	Directeur de l'antenne	Philippe VILAMITJANA
	Secrétariat général	Antoine BOILLEY
	Communication	Chantal NERET
	Directeur de la programmation	Philippe LANDRÉ
	Directeur artistique	Stéphen HARLÉ
	Ethique / Réglementation	Brigitte POLIO
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION	Disponible sur la TNT gratuite, le câble, le satellite, l'ADSL et les mobiles.	
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Tous	TNT
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Suisse	Naxoo
	Maroc	Maroc Telecom
	Belgique	V00 et Belgacom
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	**TELEVISEUR** Pluzz - Free, SFR, Orange, Bouygues Telecom	**INTERNET** Pluzz – www.francetvpluzz.fr
REGIE PUBLICITAIRE	France Télévisions Publicité 64-70, avenue Jean-Baptiste Clément 92 100 Boulogne-Billancourt www.ftv-publicite.fr	Bruno BELLIAT Directeur de la communication, du marketing et des études bruno.belliat@ftv-publicite.fr 01 55 22 62 00

FRANCE 24

5, rue des Nations Unies
92 130 Issy-les-Moulineaux
Tél/Fax : 01 73 01 24 24/55
www.france24.com

Société éditrice : Audiovisuel Extérieur de la France
Convention CSA : oui
Forme juridique : S.A.
Création de la chaîne : 29/11/2005
Capital : 23 045 660 €
Lancement de la chaîne : 06/12/2006
Effectif : 447

THEMATIQUE	Information	
PUBLIC VISE	Leaders d'opinions en France et à l'étranger	
PROGRAMMES PHARES	Le débat, Une semaine dans le monde, Tech 24, Les observateurs, Reporters, La semaine de l'éco, Focus, Culture	
PROGRAMMATION		
Part de programmes inédits	40 %	
Part des différents genres de programmes	Information	100 %
ACTIONNAIRE(S)	Audiovisuel extérieur de la France	100 %
ORGANIGRAMME	Présidente directrice générale	Marie-Christine SARAGOSSE
	Directeur général délégué	Victor ROCARIES
	Conseillère à la présidence	Geneviève GOETZINGER
	Directeur de la rédaction	Marc SAIKALI
	Directrice de la communication	Françoise HOLLMAN
	Directeur des technologies et des systèmes d'information	Bruno TEZENAS DU MONTCEL
	Directeur du multimédia	Frédéric BONNARD
	Directeur de la stratégie, de la recherche et du développement	Jean-Yves BONSERGENT
	Directeur administratif et financier	Thierry DELPHIN
	Directrice juridique	Nathalie MOULIN
	Directrice des ressources humaines	Laurence BARRIERE

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat, Orange, BIS TV, SFR	OUI	NON
Câble	Numericable, Calixo, UEM Metz, France Citévision	OUI	NON
ADSL	Orange, Free, Bouygues, Alice, Darty, SFR	OUI	NON
Mobile / 3G	SFR Mobile, Orange Mobile, Bouygues Telecom	OUI	NON

REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	**MOBILE** FRANCE 24	**TABLETTE** FRANCE 24
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Tous	TNT Outre-Mer, Canal Overseas
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Diffusion mondiale	260 millions de foyers (y compris diffusion partielle)
REGIE PUBLICITAIRE	France Télévisions Publicité International 64/70, avenue Jean-Baptiste Clément 92 641 Boulogne Billancourt www.ftv-publicite.fr	Frédéric LANGAGNE frederic.langagne@ftv-publicite.fr 01 56 22 65 24

FRANCE 3

7, esplanade Henri de France
75 907 Paris cedex 15
Tél/Fax : 01 56 22 30 30
www.france3.fr

Société éditrice : France Télévisions
Convention CSA : oui

Forme juridique : S.A. à capitaux publics
Création de la chaîne : 21/12/1972

THEMATIQUE	Généraliste	
PUBLIC VISE	Tout public - Chaîne de la proximité	
PROGRAMMES PHARES	30 millions d'amis, Questions pour un champion, C'est pas sorcier, Des chiffres et des lettres, Des racines et des ailes, Thalassa	
PRODUCTION Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2012	28 000 heures	
ACTIONNAIRE(S)	France Télévisions	100 %
ORGANIGRAMME	Président Directeur général délégué aux programmes Directeur du réseau France 3 Directeur de l'antenne et des programmes Communication externe Achats	Rémy PFIMLIN Bruno PATINO François GUILBEAU Thierry LANGLOIS Valérie MANZIC Tania KAHLI
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION	Disponible sur la TNT gratuite, le câble, le satellite, l'ADSL et les mobiles.	
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Tous	TNT
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Suisse Maroc	Naxoo Maroc Telecom
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	**TELEVISEUR** Pluzz - Free, SFR, Orange	**INTERNET** Pluzz – www.pluzz.fr
REGIE PUBLICITAIRE	France Télévisions Publicité 64-70, avenue Jean-Baptiste Clément 92 100 Boulogne-Billancourt www.ftv-publicite.fr	Raphaël NOURRIT raphael.nourrit@ftv-publicite.fr 01 55 22 65 50

FRANCE 4

7, esplanade Henri de France
75 907 Paris cedex 15
Tél/Fax : 01 56 22 68 55
www.france4.fr

Société éditrice : France Télévisions
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 31/03/2005
Lancement de la chaîne : 31/03/2005

Forme juridique : S.A. à capitaux publics
Capital : 347 540 000 €
Effectif : 26

THEMATIQUE	Généraliste	
PUBLIC VISE	Jeunes adultes	
PROGRAMMES PHARES	Monte le son, Fidèles au poste, Faut pas rater ça !, Qui chante le plus juste, Ciné 1D, le ciné de Luigi, Dussart surveille la télé, Viens dîner dans ma cité	
PRODUCTION		
Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2012	461 heures	
Part des différents genres de programmes	Fiction	55,0 %
	Cinéma	4,4 %
	Documentaires - Magazines	7,4 %
	Animation	11,0 %
	Spectacle vivant	8,1 %
	Sport – y compris information sportive	3,1 %
	Jeux et divertissements	3,7 %
	Autres	7,3 %
ACTIONNAIRE(S)	France Télévisions	100 %
ORGANIGRAMME	Président	Rémy PFIMLIN
	Directeur général délégué aux programmes	Bruno PATINO
	Direction d'antenne	Cyril GIRAUDBIT
	Direction des programmes	Sandrine ROUSTAN
	Communication / Marketing	Valérie DISSAUX
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION	Disponible sur la TNT gratuite, le câble, le satellite, l'ADSL et les mobiles.	
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Tous	TNT
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique Suisse Luxembourg	
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	**TELEVISEUR** Pluzz	**INTERNET** Pluzz – www.pluzz.francetv.fr
REGIE PUBLICITAIRE	France Télévisions Publicité 64-70, avenue Jean-Baptiste Clément 92 100 Boulogne-Billancourt www.ftv-publicite.fr	Olivier DOUFFIAGUES olivier.douffiagues@ftv-publicite.fr 01 55 22 65 50

FRANCE 5

10, rue Horace Vernet
92 785 Issy-les-Moulineaux
Tél/Fax : 01 56 22 91 91 / 95 95
www.france5.fr

Société éditrice : France Télévisions
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 13/12/1994
Forme juridique : S.A. à capitaux publics
Effectif : 13

THEMATIQUE	Généraliste	
PUBLIC VISE	Tout public	
PROGRAMMES PHARES	Allô, docteurs, C dans l'air, C à vous, Les maternelles, Les Zouzous	
ACTIONNAIRE(S)	France Télévisions	100 %
ORGANIGRAMME	Président Directeur général délégué aux programmes Directeur de l'antenne Directrice de la communication	Rémy PFIMLIN Bruno PATINO Pierre BLOCK de FRIBERG Laurence CADENAT
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION	Disponible sur la TNT gratuite, le câble, le satellite, l'ADSL et les mobiles.	
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Tous	TNT
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	**TELEVISEUR** Pluzz - Free, SFR, Orange	**INTERNET** Pluzz – www.pluzz.fr
REGIE PUBLICITAIRE	France Télévisions Publicité 64-70, avenue Jean-Baptiste Clément 92 100 Boulogne-Billancourt www.ftv-publicite.fr	Raphaël NOURRIT raphael.nourrit@ftv-publicite.fr 01 55 22 65 50

FRANCE Ô

35-37, rue Danton
92 248 Malakoff
Tél/Fax : 01 55 22 71 00 / 73 26
www.franceo.fr

Société éditrice : France Télévisions
Convention CSA : oui

Forme juridique : S.A. à capitaux publics
Création de la chaîne : 25/03/1998

THEMATIQUE	Généraliste - chaîne multiculturelle	
PUBLIC VISE	Tout public	
PROGRAMMES PHARES	Le Ring, Ô Féminin, Dance Street, Explô, Le Labô	
ACTIONNAIRE(S)	France Télévisions	100 %
ORGANIGRAMME	Président Directeur général délégué aux programmes Directeur de l'antenne et des programmes Directrice de la production Directrice de la communication externe France Ô et Outre-Mer	Rémy PFIMLIN Bruno PATINO Gilles CAMOUILLY Marie-Hélène HUMBERT LOSADA Laurence ANSAY
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION	Disponible sur la TNT gratuite, le câble, le satellite, l'ADSL et les mobiles.	
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Tous	TNT
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Suisse Maroc	Naxoo Maroc Telecom
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	**TELEVISEUR** Pluzz - Free, SFR, Orange	**INTERNET** Pluzz – www.pluzz.fr
REGIE PUBLICITAIRE	France Télévisions Publicité 64-70, avenue Jean-Baptiste Clément 92 100 Boulogne-Billancourt www.ftv-publicite.fr	Raphaël NOURRIT raphael.nourrit@ftv-publicite.fr 01 55 22 65 50

GAME ONE,
GAME ONE MUSIC HD

22, rue Jacques Dulud
92 521 Neuilly-sur Seine
Tél/Fax : 01 70 94 94 94 / 95
www.gameone.net

Société éditrice : Viacom International media networks France
Convention CSA : oui
Forme juridique : S.A.S.
Capital : 97 067 €

THEMATIQUE	Univers des jeux vidéo et du numérique	
PUBLIC VISE	15-34 ans, jeunes adultes	
PROGRAMMES PHARES	Naruto Shipuden, Fairy Tail, Le JT, Funky Web	
PROGRAMMATION		
Part de programmes inédits	11,8 %	
Part des différents genres de programmes	Fiction	6,0 %
	Cinéma	1,0 %
	Documentaires - Magazines	24,0 %
	Animation	47,0 %
	Spectacle vivant	0,2 %
	Vidéoclip	2,3 %
	Jeux et divertissements	0,2 %
	Autres	19,3 %
ACTIONNAIRE(S)	MTV Networks BV	61,4 %
	Atari	38,6 %
ORGANIGRAMME	Directeur général	Thierry CAMMAS
	Directeur des programmes	Jean-Marc DUPIRE
	Communication/Marketing	Nicolas BESNIER
	Production	Karine SEVRAIN
	Juridique	Céline FERTE

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat, BIS TV	OUI	NON
	Orange	NON	OUI
Câble	Numericable	OUI	NON
ADSL	CanalSat DSL, Bouygues, Alice, Darty, SFR-Neuf, Free, Orange	OUI	NON
		NON	OUI
Mobile / 3G	Canal Sat Mobile, SFR	OUI	NON

REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	**MOBILE**	**TABLETTE**
	Game One	Game One
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Guadeloupe, Martinique, Réunion	Câble, CanalSat
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique (25 000 abonnés)	Coditel, Be TV
	Suisse (12 000 abonnés)	Naxoo
	Maroc (6 000 abonnés)	Maroc Telecom
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	**TELEVISEUR**	**INTERNET**
	Game One Replay sur Free, Numericable, CanalSat, Orange	Game One Replay sur CanalSat, Orange
REGIE PUBLICITAIRE	Be Viacom 22, rue Jacques Dulud 92 521 Neuilly-sur-Seine	Sophie DELACOUR (coordinatrice régie) sophie.delacour@vimn.com 01 70 94 95 07

GIRONDINS TV

Rue Joliot Curie
33 187 Le Haillan
Tél/Fax : 05 56 16 74 05/ 07
www.girondinstv.fr

Société éditrice : Girondins de Bordeaux
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 01/08/2008
Lancement de la chaîne : 01/08/2008
Forme juridique : S.A.S.U.
Effectif : 5

THEMATIQUE	Sport (football)	
PUBLIC VISE	Tout public	
PROGRAMMES PHARES	Matchs Ligue 1 Talk Show	
PRODUCTION Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2012	468 heures	
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Sport	100 %
ORGANIGRAMME	Président Directeur général Directeur d'antenne Communication / Marketing	Jean-Louis TRIAUD Alain DEVESELEER Emmanuel BISSIRIER Emmanuel BISSIRIER

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat, Orange	NON	OUI - Pack Sport
Câble	Numericable	NON	OUI - Pass Sport
ADSL	CanalSat DSL, Orange, BBOX et SFRBOX	NON	OUI - Option Sport
Mobile / 3G	Orange Mobile	NON	OUI - Girondins TV Max

DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	OUI	
REGIE PUBLICITAIRE	M6 Publicité 89, avenue Charles de Gaulle 92 575 Neuilly sur Seine	Gilles BARTHÉLÉMY 01 41 92 66 66

GULLI

28, rue François Ier
75 008 Paris
Tél/Fax : 01 56 36 55 55 /59
www.gulli.fr

Société éditrice : Jeunesse TV
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 18/11/2005
Lancement de la chaîne : 18/11/2005

Forme juridique : S.A.S.
Capital : 7 273 572 €
Effectif : NC

THEMATIQUE	Jeunesse/famille	
PUBLIC VISE	Enfants et parents	
ACTIONNAIRE(S)	Lagardère Active France Télévisions	66 % 34 %
ORGANIGRAMME	Président Directeur des programmes Directeur de la communication Directrice de la production Directrice des ressources humaines Directrice des achats	Antoine VILLENEUVE Sébastien LIEFFERINCKX Nicolas HUBERMAN Magali TORRICE-VINCON Véronique ROBERT Julia TENRET
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION	Disponible sur la TNT gratuite, le câble, le satellite, l'ADSL et les mobiles.	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	**MOBILE** Gulli – IOS/Androïd	**TABLETTE** Gulli – IOS/Androïd
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	OUI	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique Suisse Luxembourg Maghreb	
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	**TELEVISEUR** Replay : ensemble des offres opérateurs	**INTERNET** Tablettes Tv connectées Box internet Décodeurs câble satellite
REGIE PUBLICITAIRE	Lagardère Publicité 10, rue Thierry Le Luron 92 300 Levallois Perret	Clément TEZENAS du MONTCEL 01 41 34 60 00 www.lagardere-pub.com

HD1

1, quai du Point du Jour
92 100 Boulogne
Tél/Fax : 01 41 41 12 34 / 40 38
www.hd1.tv

Société éditrice : HD1
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 03/07/2012

Lancement de la chaîne : 12/12/2012
Forme juridique : S.A.S.
Capital : 40 000 €

THEMATIQUE	Fiction	
PUBLIC VISE	Familial	
ACTIONNAIRE(S)	TF1 S.A.	100 %
ORGANIGRAMME	Président Directrice générale Directeur d'antenne Directeur des programmes	Fabrice MOLLIER Céline NALLET Julien GRANGE Christophe COURTY
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION	Disponible sur la TNT gratuite, le câble, le satellite, l'ADSL et les mobiles.	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	**MOBILE** OUI	**TABLETTE** OUI
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE		**INTERNET** HD1
REGIE PUBLICITAIRE	TF1 Publicité 1, quai du Point du Jour 92 656 Boulogne www.tf1pub.fr	Martine HOLLINGER (Présidente) mho@tf1.fr 01 41 41 12 34

HISTOIRE

1, quai du Point du Jour
92 656 Boulogne
Tél/Fax : 01 41 41 12 34 / 40 38
www.histoire.fr

Société éditrice : Histoire S.A.S.
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 03/04/1997
Lancement de la chaîne : 14/07/1997

Forme juridique : S.A.S.
Capital : 395 322 €
Effectif : 10

THEMATIQUE	Documentaire	
PUBLIC VISE	Tout public	
PRODUCTION		
Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2011	50 heures	
PROGRAMMATION		
Part de programmes inédits	15 %	
Part des différents genres de programmes	Fiction	2,0 %
	Cinéma	10,0 %
	Documentaires – Magazines	88,0 %
ACTIONNAIRE(S)	Groupe TF1	100 %
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité	5,0 %
	Abonnement	90,0 %
	Autres ressources	5,0 %
ORGANIGRAMME	Président	Patrick BUISSON
	Secrétaire général	Christophe SOMMET
	Directeur de l'antenne	Stéphane LANQUETIN
	Directrice des programmes	Elisabeth HAGSTEDT
	Communication / Marketing	Neary MAM
	Production	Pauline DE PREVAL, Amélie BOURDOISEAU
	Juridique	Anne BILLIOTI DE GAGE
	Achats	Anne GROLLERON

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat	OUI - Panorama	NON
	Orange	NON	OUI - Extra
Câble	Numericable	NON	OUI – Pass Découverte
ADSL / fibre	Orange, SFR-Neuf, Free, Bouygues, Darty, Virgin	NON	OUI
	CanalSat DSL	OUI	NON - Thématiques
Mobile / 3G	SFR, Orange, CanalSat, Bouygues	NON	OUI

DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	DROM / COM, La Réunion	Orange, Numericable, SFR, ZEOP, Mediaserv, Go TV, Internet NC
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique, Suisse, Luxembourg Afrique	Belgacom, Be TV, Numericable, Telenet, Maroc Telecom, Blueline
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	**TELEVISEUR** CanalSat à la demande, Numericable, Orange, SFR, Bouygues	**INTERNET** CanalSat à la demande
REGIE PUBLICITAIRE	TF1 Publicité 1, quai du Point du Jour 92 656 Boulogne www.tf1pub.fr	Stéphane DEVERGIES 01 41 41 12 34 sdevergies@tf1.fr

i>TÉLÉ

6, allée de la 2ème DB
75 015 Paris
Tél/Fax : 01 53 91 50 00 / 5145
www.itele.fr

Société éditrice : SESI
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 04/11/1999

Lancement de la chaîne : 04/11/1999
Forme juridique : S.N.C.
Capital : 7 500 €

THEMATIQUE	Information	
PUBLIC VISE	Tout public	
PROGRAMMES PHARES	Le 6-9, L'édition du soir, La grande édition, Info matin, Info soir, 20h foot, Ça se dispute, Le grand rendez-vous, CQFD	
PROGRAMMATION		
Part de programmes inédits	100 %	
Part des différents genres de programmes	Information	100 %
ACTIONNAIRE(S)	Groupe Canal+	100 %
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité	100 %
ORGANIGRAMME	Président	Rodolphe BELMER
	DGA en charge des activités de télévision gratuite	Ara APRIKIAN
	Directrice générale	Cécilia RAGUENAU
	Directrice de la rédaction	Céline PIGALLE
	Secrétaire générale	Anne-Cécile BALLAND
	Directeur de l'antenne	Marc WALTER
	Directeur des opérations	Xavier BODIN-HULLIN
	Directeur de la communication	Antoine BANET-RIVET
	Directrice des ressources humaines	Marie MOTTET
	Responsable juridique	Alice VAREILLE
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION	Disponible sur la TNT gratuite, le câble, le satellite, l'ADSL et les mobiles	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	**MOBILE**	**TABLETTE**
	OUI	OUI
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Antilles, Guyane	CanalSat Caraïbes
	Nouvelle Calédonie, Wallis et Futuna, Réunion, Mayotte	CanalSat Calédonie, CanalSat Réunion
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Afrique (plus de 40 pays)	Canal+ Afrique
	Haïti, République Dominicaine, Guadeloupe, Martinique, Guyane Française, Venezuela	Canalsat Caraïbes
	Australie, Réunion, Mayotte, Madagascar, Maurice, Seychelles	Canal+ Réunion
	Nouvelle Calédonie, Wallis et Futuna	Canal+ Calédonie
REGIE PUBLICITAIRE	Canal+ Régie Arcs de Seine Bât. C - CS 20023 1, rue Les Enfants du Paradis 92 652 Boulogne-Billancourt www.canalplusregie.com	Roger COSTE Véronique THOMAS veronique.thomas@canal-plus.com 01 71 35 38 22

INFOSPORT+

Espace Eiffel – 1, place du Spectacle
92 863 Issy-les-Moulineaux cedex 9
Tél/Fax : 01 71 35 35 35 /10 10 71
www.infosport.canalplus.fr

Société éditrice : TPS Sport
Création de la chaîne : 10/07/1998
Forme juridique : S.N.C.
Capital : 7 500 €

THEMATIQUE	Sport	
PUBLIC VISE	Tout public	
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Sport	100 %
ACTIONNAIRE(S)	Canal+ Distribution	
ORGANIGRAMME	Directeur général adjoint du groupe Canal+	Rodolphe BELMER
	Directeur général adjoint en charge du pôle payant	Raphaël DE ANDREIS
	Directeur des sports	Cyril LINETTE
	Directeur de la chaîne INFOSPORT+	François ROUX

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat	OUI	NON
Câble	Numericable	OUI	NON
ADSL	Tous les FAI	OUI	NON
Mobile / 3G	CanalSat Mobile	NON	OUI

DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	OUI	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique Suisse Luxembourg	Coditel
REGIE PUBLICITAIRE	Canal+ Régie Arcs de Seine Bât. C - CS 20023 1, rue Les Enfants du Paradis 92 652 Boulogne-Billancourt www.canalplusregie.com	Roger COSTE roger.coste@canal-plus.com 01 71 35 35 35

JIMMY+

Espace Eiffel – 1, place du Spectacle
92 863 Issy-les-Moulineaux cedex 9
Tél/Fax : 01 71 35 35 35
www.jimmy.fr

Société éditrice : Multithématiques
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 29/11/1990
Forme juridique : S.A.S.
Capital : 179 340 €

THEMATIQUE	Fiction	
PUBLIC VISE	Tout public	
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Fiction	100 %
ACTIONNAIRE(S)	Multithématiques	100 %
ORGANIGRAMME	Directeur général Directeur général adjoint du pôle payant Directrice du pôle création originale Directrice des chaînes de divertissement Directrice marketing et commercial Directrice de la communication programmes Responsable de la communication Attachée de presse	Rodolphe BELMER Raphaël DE ANDREIS Arielle SARACCO Mathilde VALLAT Mathilde VILLETTE Régine BILLOT Delphine VAQUIER Elisabeth LEBOUT

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat	NON	OUI
Câble	Numericable, Valvison	NON	OUI
ADSL	CanalSat DSL, Free, SFR-Neuf Darty, Bouygues, Orange	NON	OUI

DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Antilles Réunion	Mediaserv CanalSat, Mediaserv
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Monaco Maurice, Madagascar	Monaco Telecom CanalSat
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	**TELEVISEUR** CanalSat à la demande	**INTERNET** www.canalsatalademande.fr
REGIE PUBLICITAIRE	Canal+ Régie Arcs de Seine Bât. C - CS 20023 1, rue Les Enfants du Paradis 92 652 Boulogne-Billancourt www.canalplusregie.com	Roger COSTE roger.coste@canal-plus.com 01 71 35 38 30

JUNE

28, rue François Ier
75 008 Paris
Tél/Fax : 01 56 36 55 55 / 59
www.june.fr

Société éditrice : Lagardère Thématiques
Convention CSA : oui
Lancement de la chaîne : 13/10/1999
Forme juridique : S.A.S.
Capital : 35 759 368 €

THEMATIQUE	Divertissements	
PUBLIC VISE	Femmes 15-34 ans	
ACTIONNAIRE(S)	Lagardère Active	100 %
ORGANIGRAMME	Président	Antoine VILLENEUVE
	Directrice des programmes	Camille BIGNON
	Directeur de la communication	Nicolas HUBERMAN
	Directrice de la production	Magali TORRICE-VINCON
	Directrice des ressources humaines	Véronique ROBERT
	Directrice des achats	Julia TENRET

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat	OUI	NON
Câble	Numericable	OUI	NON
	Régies locales	NON	OUI
ADSL	CanalSat DSL	OUI	NON
Mobile / 3G	CanalSat Mobile	OUI	NON

DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	OUI	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique Suisse Luxembourg Maghreb	
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	**TELEVISEUR** CanalSat à la demande	**INTERNET** www.canalsatalademande.fr
REGIE PUBLICITAIRE	Lagardère Publicité 10, rue Thierry Le Luron 92 300 Levallois Perret	Clément TEZENAS du MONCEL 01 41 34 60 00 www.lagardere-pub.com

KTO

125, rue Jean-Jacques Rousseau
92 130 Issy-les-Moulineaux
Tél/Fax : 01 73 02 22 22 / 26
www.ktotv.com

Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 01/12/1999
Lancement de la chaîne : 13/12/1999

Forme juridique : Association loi 1901
Effectif : 54

THEMATIQUE	Confessionnelle
PUBLIC VISE	Tout public, chercheurs de sens, chrétiens engagés, catholiques
PROGRAMMES PHARES	Directs : Voyages du pape, Parvis des Gentils, JMJ Madrid, Rencontre des religions au Trocadéro. Magazines : Un cœur qui écoute, A la source, La Foi prise au mot, Hors les murs, L'Esprit des lettres, Les mardis des Bernardins, Eglises du monde.
PRODUCTION Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2012	1 318 heures (45 documentaires coproduits)

PROGRAMMATION Part de programmes inédits	20 %	
Part des différents genres de programmes	Documentaires - Magazines	24 % - 22 %
	Direct	54 %
MEMBRES FONDATEURS	AXA ASSURANCES VIE MUTUELLE, BELVISION France, BAYARD TV, HACHETTE S.A, FINANCIERE LAFARGE, SOCIETE CIVILE SAINT LOUP, YVES BERTRAND, PASCAL QUIRY, PIERRE BELLON, CENTRE D'INFORMATION ET DE DOCUMENTATION RELIGIEUSES, SOCIETE CIVILE DE PARTICIPATIONS AUDIOVISUELLES, HABERT DASSAULT FINANCE, PHILIPPE POUJOL, JULIEN HALLEY, VINCENT REDIER, VINCENT MONTAGNE	
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité	10 %
	Dons	90 %
ORGANIGRAMME	Président	Vincent REDIER
	Directeur général	Christian DE PENNART
	Directeur d'antenne	Pierre CESBRON
	Directeur des programmes	Philippine DE SAINT PIERRE
	Communication/Marketing	Christelle AUSSANDON
	Juridique	Stéphanie VERDIER
	Achats et coproductions documentaires	Eszter HAMARD
	Finance et ressources humaines	Fabrice ROY

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	BIS TV, Fransat	OUI	NON
Câble	Numericable, Naxoo	OUI	NON
ADSL	Tous les FAI	OUI	NON

REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	**MOBILE** OUI	**TABLETTE** OUI
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Antilles, La Réunion, Guyane	Mediaserv
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Moyen-Orient, Afrique du Nord	AB 7
	Europe	AB 3
REGIE PUBLICITAIRE	Régie publicitaire intégrée 125, rue Jean-Jacques Rousseau 92 130 Issy-les-Moulineaux www.ktotv.com	Christelle AUSSANDON christelle.aussandon@ktotv.com 01 73 02 22 30

LA CHAÎNE MÉTÉO

Domaine de Marsinval
78 540 Vernouillet
Tél/Fax : 01 39 28 19 90 / 71 85 31
www.lachainemeteo.com

Société éditrice : METEO CONSULT
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 21/01/1995
Lancement de la chaîne : 21/06/1995
Forme juridique : S.A.S.
Capital : 210 000 €
Effectif : 40

THEMATIQUE	Information	
PUBLIC VISE	Tout public	
PROGRAMMES PHARES	Le journal de La Chaîne Météo tous les quarts d'heure, avec le suivi du temps en direct et toutes les prévisions du temps de la journée et des 7 jours suivants ; météo des neiges, météo des plages, météo du monde, météo marine, météo de l'Europe, du monde, Allergies	
PROGRAMMATION Part de programmes inédits en 2012	100 %	
Part des différents genres de programmes	Information / Actualités	100 %
ACTIONNAIRE(S)	Groupe Figaro	100 %
ORGANIGRAMME	Président Directeur général Directeur d'antenne Communication/Marketing Production Achats	Pierre CONTE Eric SAVANT-ROS Florent SCHINDLER Nicolas MOLINA Eric MAS Laure COQUELIN

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat	OUI	NON
Câble	Numericable	OUI	NON

REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	**MOBILE** NON	**TABLETTE** NON
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	NON	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Monaco	Monaco Télécom
REGIE PUBLICITAIRE	La Chaîne Météo Domaine de Marsinval 78 540 Vernouillet www.lachainemeteo.com	contact@lachainemeteo.com 01 39 28 19 90

LCI

1, quai du Point du Jour
92 656 Boulogne-Billancourt
Tél/Fax : 01 41 41 23 45 / 38 50
www.tf1news.fr

payante

Société éditrice : La Chaîne Info
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 01/06/1994

Lancement de la chaîne : 01/06/1994
Forme juridique : S.C.S.
Capital : 4 500 000 €

THEMATIQUE	Information	
PUBLIC VISE	Tout public	
PROGRAMMES PHARES	LCI matin, LCI soir, Le 12h-14h, le Grand journal de 18h, le Grand jury LCI-RTL-Le Figaro, Le 17h-20h, Ainsi va le monde , la Mediasphère, Vu d'ailleurs, A l'épreuve des faits, Choisissez votre camp	
ACTIONNAIRE(S)	TF1 S.A. TF1 Management	
ORGANIGRAMME	PDG Directeur de LCI Directeur de la rédaction Responsable communication Responsable des ressources humaines	Nonce PAOLINI Eric REVEL Laurent DREZNER Virginie PERRE Florence PUGLIESE
TNT	Payante	Lib'Télé, Boulanger, CanalSat

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat	OUI	NON
Câble	Numericable	OUI	NON
ADSL	Orange, Bouygues, SFR-Neuf	OUI	NON
Mobile / 3G	SFR Mobile, Bouygues, Orange Mobile	OUI	NON

REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	**MOBILE** OUI	**TABLETTE** OUI
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Afrique Suisse Belgique	MultiChoice, Canal+ Horizons Naxoo Belgacom, Télénet, Voo
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	**TELEVISEUR** NON	**INTERNET** www.tf1news.fr
REGIE PUBLICITAIRE	TF1 Publicité 1, quai du Point du Jour 92 656 Boulogne www.tf1pub.fr	Stéphane DEVERGIES sdevergies@tf1.fr 01 41 41 12 34

LCP - AN

106, rue de l'Université
75 007 Paris
Tél/Fax : 01 40 63 90 50 / 60 99 24
www.lcpan.fr

Convention CSA : non
Création de la chaîne : 30/12/1999
Lancement de la chaîne : 21/03/2000

Forme juridique : S.A.
Capital : 40 000 €
Effectif : 70

THEMATIQUE	Information	
PUBLIC VISE	Tout public	
PROGRAMMES PHARES	Ça vous regarde, Politique Matin, Questions d'actu, Questions d'info, Entre les lignes, PolitiqueS, Parlez-moi d'ailleurs	
PRODUCTION Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2012	1 285 heures	
PROGRAMMATION Part de programmes inédits	80 %	
Part des différents genres de programmes	Documentaires - Magazines	20 % - 30 %
	Information	15 %
	Retransmissions parlementaires et politiques	35 %
ACTIONNAIRE(S)	Assemblée Nationale	100 %
SOURCES DE FINANCEMENT	Dotation de l'Assemblée Nationale	100 %
ORGANIGRAMME	Président	Gérard LECLERC
	Secrétaire général	Eric MONIOT
	Directeur de l'antenne et des programmes	Christophe MOUTON
	Communication / Marketing	Virginie NICOLLE
	Production	Olivier CAZES
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION	Disponible sur la TNT gratuite, le câble, le satellite, l'ADSL et les mobiles	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	**MOBILE** LCP	**TABLETTE** LCP
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Tous	Câble et satellite
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Maghreb, Ile Maurice	Câble et satellite
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	**TELEVISEUR** Free TV Replay	**INTERNET** www.lcpan.fr

L'ÉNÔRME TV

39, rue Lucien Sampaix
75 010 Paris
Tél/Fax : 01 70 38 64 00
www.enorme.tv

Société éditrice : Les Chaînes TV Interactives **Forme juridique :** S.A.
Convention CSA : oui **Capital :** 3 037 500 €
Lancement de la chaîne : 07/12/2011 **Effectif :** 8

THEMATIQUE	Musical, humour	
PUBLIC VISE	15-35 ans	
PROGRAMMES PHARES	La Vie en Rock, Une dose de métal n, It's a Rap, Le JT de Derka, Le Fat Show, Pas vu sur le net, Rockone Session, Faut pas pousser, Le monde de Bouga, Metal XS, etc	
PRODUCTION		
Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2012	750 heures	
PROGRAMMATION		
Part de programmes inédits	93 %	
Part des différents genres de programmes	Fiction	3 %
	Cinéma	6 %
	Spectacle vivant	15 %
	Vidéoclip	15 %
	Jeux et divertissements	55 %
	Autres	6 %
ACTIONNAIRE(S)	Groupe Vilgrain	100 %
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité	20 %
	Autres ressources	80 %
ORGANIGRAMME	Président	Sébastien VILGRAIN
	Directeur général	Jean-Sébastien VENTURA
	Directeur d'antenne et des programmes	Jean-Sébastien VENTURA
	Communication / Marketing	Mohamed HADJI
	Production	Emmanuel SOLER
	Finances	Mélanie BESNIER

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
ADSL	SFR- Neuf	OUI	NON
Mobile/3G	SFR mobile	OUI	NON

	MOBILE	TABLETTE
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	NON	NON

DIFFUSION HORS DE FRANCE	NON
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	NON

L'ÉQUIPE 21

4, cours de l'île Seguin
92 102 Boulogne-Billancourt
Tél/Fax : 01 40 93 20 20
www.lequipe21.fr

Société éditrice : L'Equipe 24/24
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 02/07/2012
Lancement de la chaîne : 12/12/2012

Forme juridique : S.A.S.
Capital : 402 000 €
Effectif : 100

THEMATIQUE	Sport	
PUBLIC VISE	Tout public	
PROGRAMMES PHARES	L'Équipe du matin, Menu sport, Le grand tour de L'Équipe, L'Équipe du soir, Les grands docs, Le grand tour de L'Équipe spécial We, L'Équipe du We	
ACTIONNAIRES	SNC L'EQUIPE	100 %
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité Autres ressources	95 % 5 %
ORGANIGRAMME	Président Directeur Général Directeur général Rédacteur en chef Directrice des acquisitions Directrice des ressources humaine Directeur des opérations Responsable de la programmation et de l'antenne Responsable Interactivité / Web Responsable des relations presse	Xavier SPENDER Pierre ROBERT Sébastien DOURVER Ouarda HOCINE Alexandra BRAUD Philippe ESPINET Nicolas STERIN Emmanuel ALIX Julie-Inès BARBIER
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION	Disponible sur la TNT gratuite, le câble, le satellite, l'ADSL et les mobiles	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	**MOBILE** OUI	**TABLETTE** OUI
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Antilles françaises, Réunion, Nouvelle Calédonie	Canal Overseas
DIFFUSION HORS DE FRANCE	NON	
DIFFUSION SUR INTERNET	OUI	
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	**TELEVISEUR** A déterminer courant 2013	**INTERNET** www.lequipe21.fr
REGIE PUBLICITAIRE	Amaury Medias 738, rue Yves Kermen 92 100 Boulogne-Billancourt www.amaurymedias.fr	Bernard FAUVE 01 41 23 30 73

M6

89, avenue Charles de Gaulle
92 200 Neuilly sur Seine
Tél/Fax : 01 41 92 66 66 / 10
www.m6.fr

Société éditrice : Groupe Métropole Télévision SA
Convention CSA : oui
Lancement de la chaîne : 01/03/1987
Forme juridique : S.A. à directoire et conseil
Capital : 51 581 876 €
Effectif : 1 705

THEMATIQUE	Généraliste	
PUBLIC VISE	Tout public	
PROGRAMMES PHARES	Capital, Zone interdite, Enquête exclusive, L'Amour est dans le pré, La France a un incroyable talent, Scènes de ménages, Un dîner presque parfait, Top Chef	
ACTIONNAIRE(S)	RTL Group	48,7 %
	Groupe Compagnie nationale à portefeuille	7,2 %
	Actionnariat flottant	43,9 %
ORGANIGRAMME	Président du directoire	Nicolas de TAVERNOST
	Vice-Président en charge des antennes et des contenus	Thomas VALENTIN
	Vice-Président du directoire en charge des activités commerciales et du développement	Robin LEPROUX
	Membre directoire en charge de la gestion	Jérôme LEFEBURE
	Directrice général des programmes M6	Bibiane GODFROID
	Directeur des acquisitions	Bernard MAJANI
	Directrice juridique	Nathalie-Camille MARTIN
	Directrice de l'organisation et des ressources humaines	Delphine CAZAUX
	Directrice de la communication Groupe	Emilie PIETRINI
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION	Disponible sur la TNT gratuite, le câble, le satellite, l'ADSL et les mobiles	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	**MOBILE**	**TABLETTE**
	M6 Replay et les applications TV des distributeurs autorisés	M6 Replay et les applications TV des distributeurs autorisés
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Martinique, Guadeloupe, Réunion, Guyane, Nouvelle-Calédonie, Tahiti	Canal Overseas, Orange, Outre-Mer Telecom, Autres
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	**TELEVISEUR**	**INTERNET**
	M6 Replay sur CanalSat, Numericable, Orange, SFR, Free, Bouygues Telecom	M6Replay.fr
REGIE PUBLICITAIRE	M6 Publicité 89, avenue Charles de Gaulle 92 200 Neuilly sur Seine www.m6pub.fr	François-Xavier WILLIAMSON François-xavier.williamson@m6.fr 01 41 92 28 49

M6 BOUTIQUE & CO

13, rue du Capricorne
94 150 Rungis
Tél/Fax : 01 80 14 65 00
www.m6boutiqueandco.tv

Société éditrice : M6 Boutique la chaîne
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 19/05/2008
Lancement de la chaîne : 2004
Forme juridique : S.N.C.
Capital : 50 000 €
Effectif : 163 (effectif total HSS)

THEMATIQUE	Téléachat	
PUBLIC VISE	Tout public	
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Téléshopping	100 %
ACTIONNAIRE(S)	Groupe M6	100 %
SOURCES DE FINANCEMENT	Autres ressources	100 %
ORGANIGRAMME	Président	Eric D'HOTELANS
	Directeur général	David LARRAMENDY
	Directrice d'antenne et des programmes	Isabelle FOURNIER
	Communication/Marketing	Sophie GRANGÉ
	Production	Monique PARMENTIER
	Juridique	Myriam GUILI
	Achats	Céline LEPRINCE

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat	OUI	NON
Câble	Numericable	OUI	NON
ADSL	CanalSat DSL, Orange, Free, Bouygues, Darty, SFR-Neuf,	OUI	NON

DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique	Belgacom, Voo, Billi

M6 MUSIC HITS
M6 MUSIC BLACK
M6 MUSIC CLUB

89, avenue Charles de Gaulle
92 575 Neuilly sur Seine
Tél/Fax : 04 41 92 73 73 /65 89
www.mómusic.com

Société éditrice : M6 Communication
Convention CSA : oui
Création des chaînes : 31/03/2005 pour M6 Music Hits et M6 Music Black ; 20/01/2009 pour M6 Music Club

Forme juridique : S.A.S.
Capital : 40 000 €
Effectif : 8

THEMATIQUE	Musicale	
PUBLIC VISE	15-34 ans	
PROGRAMMES PHARES	M6 Music: Miss Vip, Miss Vip on board, Dj de la semaine, 3XPlus, Vue sur M6 Music Black : Parlez-vous Cefran ? , 3X Plus M6 Music Club : Mix by Kaïo, Ma Playlist by, M6 Music dans ton club	
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Vidéoclip Documentaires - Magazines	90 % 10 %
ACTIONNAIRE(S)	Métropole Télévision	100 %
SOURCES DE FINANCEMENT	Abonnement Publicité	90 % 10 %
ORGANIGRAMME	Président Directrice générale Chargée d'antenne et des productions Programmateur M6 Music et Music Black Programmateur M6 Music Club Chargée de communication Responsable éditorial	Thomas VALENTIN Priscilla HUET Johanne JAOUI Laurent BITTON Alban DECHELLE Julie GAUTRON Robin RUTTUN

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION	A LA CARTE
Satellite	CanalSat	OUI	OUI	NON
Câble	Numericable (uniquement pour M6 Music)	OUI	NON	NON
ADSL	Orange, Free, Bouygues Télécom, Darty telecom, Virgin	NON	OUI - M6 Music Black et M6 Music Club	NON
	SFR		NON	
	CanalSat	OUI OUI	OUI- Pack Famille	
Mobile / 3G	Orange	OUI	NON	NON

DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Tous	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique	
REGIE PUBLICITAIRE	M6 Publicité 107, avenue Charles de Gaulle 92 575 Neuilly sur Seine www.m6pub.fr	Florence BRAME fbrame@m6.fr 01 41 96 66 66

MA CHAÎNE SPORT

15, rue Cognacq Jay
75 007 Paris
Tél/Fax : 01 77 46 81 50 / 80 23
www.machainesport.fr

Société éditrice : MCS TV
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 19/10/2007
Lancement de la chaîne : 19/10/2007

Forme juridique : S.A.S.
Capital : 40 000 €
Effectif : 25

THEMATIQUE	Sport	
PUBLIC VISE	Tout public	
PRODUCTION Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2012	50 heures	
PROGRAMMATION Part de programmes inédits	80 %	
ACTIONNAIRE(S)	ALTICE Nicolas ROTKOFF	85 % 15 %
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité Abonnement	20 % 80 %
ORGANIGRAMME	Président Directeur d'antenne Directeur des programmes Achats	Nicolas ROTKOFF Jean-Yves DHERMAIN Guillaume LIEBENS Nicolas ROTKOFF

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat	OUI	NON
Câble	Numericable	OUI	NON
ADSL	Darty	OUI	OUI
	Auchan	OUI	NON
	SFR-Neuf	NON	OUI – Bouquet Sélection
	Free	NON	OUI – Pack MCS
Mobile / 3G	CanalSat Mobile	OUI	NON

REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	**MOBILE** OUI	**TABLETTE** OUI
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Tous	Numericable, SFR, Canal Overseas, Intercable, Mediaserv
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique Suisse Luxembourg Afrique (hors Afrique du Sud) Moyen Orient	Numericable Naxoo Cablecom Swisscom Netdream Canal Oran Numericable Canal+ Afrique, Startime, Maroc Telecom…
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	**TELEVISEUR** CanalSat	**INTERNET** www.machainesport.fr
DIVERSIFICATION(S) OPEREE(S) EN 2012	Passage en version haute définition et déclinaison internationale	
REGIE PUBLICITAIRE	REMICS 6, rue Emile Verhaeren 92 210 Saint-Cloud www.remicsetcompagnie.com	Remi COLLARD remi@remicsetcompagnie.com 01 76 10 90 06

MAISON+

Espace Eiffel - 1 place du Spectacle
92 863 Issy-les-Moulineaux cedex 9
Tél/Fax : 01 71 35 35 35 / 10 12 01
www.maison-plus.tv

Société éditrice : Multithématiques
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 30/06/2006
Lancement de la chaîne : 16/10/2006
Forme juridique : S.A.S.

THEMATIQUE	Univers de la maison
PUBLIC VISE	Tout public
PROGRAMMES PHARES	Du côté des pros, C Malin comme Maison, Brique dans le ventre, Défi Déco, Question Maison, Côtés Jardins
ACTIONNAIRE(S)	Multithématiques 100 %

ORGANIGRAMME	Directeur général	Rodolphe BELMER
	Directeur général adjoint du pôle payant	Raphaël DE ANDREIS
	Directrice des chaînes de divertissement	Mathilde VALLAT
	Directrice déléguée des chaînes art de vivre	Charlotte MEUNIER
	Directrice des programmes	Isabelle BRIANT
	Chargée de promotion	Gaëlle ILIC
	Directrice de la communication programmes	Régine BILLOT
	Responsable de la communication	Delphine VAQUIER
	Attachée de Presse	Elisabeth LEBOUT

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat	OUI	NON
Câble	Numericable	NON	OUI - Offre Premium
ADSL	CanalSat	OUI	NON

DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Antilles	Canalsat
	Réunion	Canalsat
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Suisse	Naxoo, Swisscom
	Maroc	Maroc Telecom
	Belgique	Be TV
REGIE PUBLICITAIRE	Canal+ Régie Arcs de Seine Bât. C - CS 20023 1, rue Les Enfants du Paradis 92 652 Boulogne-Billancourt www.canalplusregie.com	Roger COSTE roger.coste@canal-plus.com 01 71 35 35 35

MANGAS

132, avenue du président Wilson
BP 95
93 213 La Plaine Saint-Denis cedex
Tél/Fax : 01 49 22 20 01 / 22 35
www.mangas.fr

Société éditrice : AB Sat
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 01/09/1996
Forme juridique : S.A.S.
Capital : 24 000 000 €

THEMATIQUE	Adolescent	
PUBLIC VISE	Jeunes adultes	
PROGRAMMES PHARES	Saint Seya, Dragon Gate, Hello Geekette, Sukina	
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Documentaires - Magazines Animation Sport – y compris information sportive	15 % 80 % 5 %
ACTIONNAIRE(S)	Groupe AB S.A.	100 %
ORGANIGRAMME	Président Directeur des programmes Communication / Marketing	Jean-Michel FAVA Richard MAROKO Gregg BYWALSKI

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Canal Sat	OUI	NON
	BIS TV	OUI	NON
	Orange	NON	OUI - Extra
Câble	Numericable	NON	OUI – Power
ADSL	Free	NON	OUI – Tout AB
	SFR-Neuf	NON	OUI – Grand Spectacle
	Darty	NON	OUI – Premium
	Bouygues	NON	OUI – Etendu
	Orange	NON	OUI - Extra

REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	**MOBILE** OUI	**TABLETTE** OUI
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	OUI	
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	**TELEVISEUR** OUI	
REGIE PUBLICITAIRE	REGIS PUB 132, avenue du président Wilson BP 95 93 213 La Plaine Saint-Denis Cedex www.regispub.com	Gregg BYWALSKI gregg.bywalski@groupe-ab.fr 01 49 17 24 73

MCE (Ma Chaîne Etudiante)

1, rue Patry
92 200 Bagneux
Tél/Fax : 01 80 81 84 67
www.mcetv.fr

Société éditrice : Ma Chaîne Etudiante
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 28/10/2009
Lancement de la chaîne : 28/10/2009
Capital : 7 200 000 €
Effectif : 25

THEMATIQUE	Généraliste
PUBLIC VISE	16-29 ans
PROGRAMMES PHARES	Orientation et parcours, Smart Fun show, Les nuits secrètes de Juliette, Dans ton monde, Web real TV, Libre antenne
PRODUCTION Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2012	Entre 90 et 100 heures

PROGRAMMATION

Part de programmes inédits	5 %	
Part des différents genres de programmes	Fiction	10 %
	Cinéma	2 %
	Documentaires - Magazines	40 %
	Animation	2 %
	Sport - y compris information sportive	2 %
	Information	3 %
	Jeux et divertissements	22 %
	Autres	19 %

ACTIONNAIRE(S)	Pierre AZOULAY via SENTI	100 %
ORGANIGRAMME	Président directeur général	Pierre AZOULAY
	Directeur de la rédaction et des programmes	Ludovic PLACE
	Directeur commercial et marketing	Nicolas HUSTACHE
	Directrice des productions	Marie PUCHEAULT
	Responsable des acquisitions et de la programmation	Pierre CHENEVAT

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Câble	Numericable	OUI	NON
ADSL	Orange, Free, Bouygues, Darty, SFR-Neuf	OUI	NON

REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	**MOBILE** MCE TV	**TABLETTE** MCE TV
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Andorre, Monaco	
DIFFUSION SUR INTERNET	OUI	
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE		**INTERNET** MCE Replay : www.mcetv.fr/replay

MCM
MCM POP
MCM TOP

28, rue François Ier
75 008 Paris
Tél/Fax : 01 56 36 53 00 / 33
www.mcm.net

Société éditrice : Lagardère Thématiques
Convention CSA : oui
Création des chaînes :
01/01/1989 pour MCM
01/04/2001 pour MCM POP
01/11/2003 pour MCM TOP

Forme juridique : S.A.S.
Capital : 35 759 368 €

THEMATIQUE	Divertissement	
PUBLIC VISE	Hommes 15-34 ans	
ACTIONNAIRE(S)	Lagardère Active	100 %
ORGANIGRAMME	Président	Antoine VILLENEUVE
	Directeur des programmes	Nicolas GICQUEL
	Directeur de la communication	Nicolas HUBERMAN
	Directrice de la production	Magali TORRICE-VINCON
	Directrice des ressources humaines	Véronique ROBERT
	Directrice des achats	Julia TENRET

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat	OUI	NON
	Orange	NON	OUI
Câble	Numericable	OUI	NON
	Régies locales	OUI	NON
ADSL	CanalSat DSL, Bouygues Télécom	OUI	NON
	Darty, Free, SFR, Orange	NON	OUI
Mobile / 3G	Universal Mobile	OUI	NON

DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	OUI	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Suisse	
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	**TELEVISEUR** CanalSat à la demande, Free	**INTERNET** CanalSat à la demande, Free
REGIE PUBLICITAIRE	Lagardère Publicité 10, rue Thierry Le Luron 92 300 Levallois Perret	Clément TEZENAS DU MONCEL 01 41 34 60 00 www.lagardere-pub.com

MELODY

101, boulevard Descat
59 200 Lille
Tél/Fax : 03 28 37 04 00
www.melody.tv

Société éditrice : S.A.S. Harmony
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 01/07/2001
Lancement de la chaîne : 06/12/2001
Forme juridique : S.A.S.
Capital : 681 313 €

THEMATIQUE	Musicale	
PUBLIC VISE	Adultes	
PROGRAMMES PHARES	Emissions de variétés des années 60, 70 et 80, Interviews d'artistes exclusives	
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Spectacle vivant Vidéoclip Jeux et divertissements	5 % 40 % 55 %
ACTIONNAIRE(S)	S.A. SECOM	100 %
ORGANIGRAMME	Président Directeur général Directeur de l'antenne Communication/Marketing	Bruno LECLUSE Guillaume ALSAC Christian SAVIGNY Emilie LEBARBIER (1R2COM)

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat	NON	OUI – Tout CanalSat
Câble	Numericable	NON	OUI à la carte
ADSL	Orange, CanalSat DSL, Bouygues, SFR-Neuf, Darty, Free, Auchan	NON	OUI à la carte

DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	NON	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique Suisse	Belgacom Naxoo
DIFFUSION SUR INTERNET	OUI	
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	**TELEVISEUR** Melody	**INTERNET** Melody.tv
REGIE PUBLICITAIRE	France Télévisions Publicité 64, avenue Jean-Baptiste Clément 92 641 Boulogne cedex www.ftv-publicite.fr	Bruno BELLIAT contactsite@ftv-publicite.fr 01 56 22 62 00

MEN'S UP

98, rue du Château
92 100 Boulogne-Billancourt
Tél/Fax : 01 41 86 07 70
www.mensup.fr

Société éditrice : Warm Up Interactive
Convention CSA : oui
Lancement de la chaîne : 10/2010

Forme juridique : S.A.S.
Capital : 38 000 €
Effectif : 10

THEMATIQUE	Généraliste	
PUBLIC VISE	Hommes 25-49 ans, actifs	
PROGRAMMES PHARES	Gaïa, Style me up, Mag Men	
PRODUCTION Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2012	400 heures	
PROGRAMMATION Part de programmes inédits	70 %	
Part des différents genres de programmes	Documentaires - Magazines Sport – y compris information sportive	80 % 20 %
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité Autres ressources	50 % 50 %
ORGANIGRAMME	Président Directeur général Directeur de l'antenne Directrice des programmes	Stéphan HUYVENAAR Olivier GIRBAS Stéphan HUYVENAAR Carole HUYVENAAR

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
ADSL	Orange, Free, Bouygues, SFR-Neuf	OUI	NON
Mobile / 3G	SFR Mobile, Orange Mobile	OUI	NON

REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	**MOBILE** Men's Up	
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Guadeloupe	SFR
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE		**INTERNET** tv.mensup.fr
REGIE PUBLICITAIRE	REGIS PUB 132, avenue du président Wilson BP 95 93 213 La Plaine Saint-Denis cedex www.regispub.com	Pierre CLAUZURE pierre.clauzure@groupe-ab.fr 01 49 22 20 38

MEZZO
MEZZO LIVE HD

28, rue François Ier
75 008 Paris
Tél/Fax : 01 56 36 51 00 / 09
www.mezzo.tv

Société éditrice : Mezzo S.A.
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 01/01/1996

Forme juridique : S.A.
Capital : 2 287 500 €

THEMATIQUE	Musicale
PUBLIC VISE	Amateurs de musique classique, jazz et danse

ACTIONNAIRE(S)		
	Lagardère Active	60 %
	France Télévisions	40 %

ORGANIGRAMME		
	Président directeur général	Antoine VILLENEUVE
	Directeur	Christophe WINCKEL
	Responsables des programmes	Rose-Hélène DUCASSOU / Reza ACKBARALY
	Responsable de la communication	Wilfried TEXIER
	Directrice des ressources humaines	Véronique ROBERT
	Responsables des achats	Rose-Hélène DUCASSOU / Reza ACKBARALY

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat	NON	OUI
	Orange	NON	OUI
Câble	Numericable	NON	OUI
	Régies locales	NON	OUI
ADSL	CanalSat DSL, Darty, Free, SFR, Orange	NON	OUI
	Bouygues Télécom	OUI	NON

DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	OUI
DIFFUSION HORS DE FRANCE	44 pays

SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	**TELEVISEUR**	**INTERNET**
	Pluzz/France Télévisions	Pluzz/France Télévisions

REGIE PUBLICITAIRE	France Télévisions Publicité 64, avenue Jean-Baptiste Clément 92 641 Boulogne www.ftv-publicite.fr	Mathieu DUMANT 01 56 22 65 59

MONTAGNE TV

18, rue Bourgelat
69 002 Lyon
Tél/Fax : 04 78 62 25 36
www.montagnetv.com

Société éditrice : Montagne TV
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 01/05/2010
Lancement de la chaîne : 12/10/2010
Forme juridique : S.A.S.
Capital : 300 000 €
Effectif : 7

THEMATIQUE	Documentaire – Thématique montagne	
PUBLIC VISE	Tout public	
PROGRAMMES PHARES	Documentaires tous les soirs (2 x 52' / 2 x 26') Thématiques : Exploits / Patrimoine / Animaux / Découverte / Sciences et nature	
PRODUCTION Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2012	coproductions : 35 heures magazines : 40 heures	
PROGRAMMATION Part de programmes inédits	20 %	
Part des différents genres de programmes	Documentaires - Magazines Sport – y compris information sportive	80 % 20 %
ACTIONNAIRE(S)	Laurent SURBECK Jean-Philippe CAILLE	10 % 90 %
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité	100 %
ORGANIGRAMME	Président Directeur d'antenne et des programmes Communication/Marketing Production / Achats	Laurent SURBECK Johann CHABOURINE Anne-Sophie RICHARD Johann CHABOURINE

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat	NON	OUI - Découverte
ADSL	Orange, Free, SFR-Neuf, Bouygues, Naxoo, Monaco Télécom, SwissCom	OUI	NON

REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	**MOBILE** Montagne TV	**TABLETTE** Montagne TV
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	OUI	Astra 2
DIFFUSION SUR INTERNET	OUI	
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE		**INTERNET** montagnetv.com
REGIE PUBLICITAIRE	France Télévisions Publicité 64-70, avenue Jean-Baptiste Clément 92 100 Boulogne-Billancourt www.ftv-publicite.fr	Emmanuelle FOSSATI emmanuelle.fossati@ftv-publicite.fr 01 56 22 63 25

MOTORS TV

855, avenue Roger Salengro
92 370 Chaville
Tél/Fax : 01 41 15 98 52 / 53
www.motorstv.com

Société éditrice : Motors TV
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 23/04/1999
Lancement de la chaîne : 01/09/2000
Forme juridique : S.A.
Capital : 16 049 818 €
Effectif : 30

THEMATIQUE	Sports mécaniques	
PUBLIC VISE	Hommes – 50 ans	
PROGRAMMES PHARES	Championnat du Monde des Rallyes FIA, Championnat du Monde de Motocross, FIM X-Trial, V8 Supercars, Grand Prix de Pau, Championnat du Monde d'Endurance	
PRODUCTION Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2011	88 heures	
PROGRAMMATION Part de programmes inédits	97 %	
Part des différents genres de programmes	Documentaires - Magazines	10 %
	Sport – y compris information sportive	90 %
ACTIONNAIRE(S)	Cap Lardier	89 %
	Engine Partner	10 %
	Europartners	1 %
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité	15 %
	Abonnement	65 %
	Autres ressources	20 %
ORGANIGRAMME	Président	Jean-Luc ROY
	Directeur des programmes	Frédéric VIGER
	Communication/Marketing/Presse	Valérie DAULE
	Directeur technique	Stéphane MONTEUX
	Directrice de la publicité	Sylvie LEFORT
	Directeur de la rédaction	Patrick RIVET
	Production et Parrainages TV et Web	Romain GODVIN

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat	OUI	NON
Câble	Numericable	NON	OUI – TV Premium
ADSL	Orange, SFR-Neuf, Darty, Free	NON	OUI OUI à la carte
Mobile / 3G	Orange Mobile	OUI	NON

REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	**MOBILE** NON	**TABLETTE** NON
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Nouvelle Calédonie	CanalSat
DIFFUSION HORS DE FRANCE	38 pays en Europe dont :	
	Royaume-Uni	Sky
	Espagne	Canal+
REGIE PUBLICITAIRE	Motors TV 855, avenue Roger Salengro 92 370 Chaville www.motorstv.com	Sylvie LEFORT slefort@motorstv.com 01 41 15 98 41

MTV
MTV BASE
MTV IDOL
MTV PULSE

22, rue Jacques Dulud
92 521 Neuilly-sur Seine
Tél/Fax : 01 70 94 94 94 / 95
www.mtv.fr

Société éditrice : Viacom International Media Networks France
Convention CSA : non
Création de la chaîne : 1981
Forme juridique : S.A.R.L.
Capital : 8 000 €
Effectif : 70

THEMATIQUE	Musicale	
PUBLIC VISE	15-24 ans et 15-34 ans	
PROGRAMMES PHARES	Akward, MTV Video Music Awards, Underemployed, The Inbetweeners, Teen Wolf, JerseyShore, 17 ans et maman	
PROGRAMMATION Part de programmes inédits	80%	
Part des différents genres de programmes	Fiction	10 %
	Animation	5 %
	Spectacle vivant	5 %
	Vidéoclip	20 % MTV IDOL/BASE et PULSE 80 %
	Téléréalité	70 %
ACTIONNAIRE(S)	MTV Networks Holdings	100 %
ORGANIGRAMME	Directeur général	Thierry CAMMAS
	Directeur des programmes	Matthieu CRUBEZY
	Communication/Marketing	Nicolas BESNIER
	Production	Karine SEVRAIN
	Juridique	Céline FERTE

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat	OUI	NON
Câble	Numericable	OUI	NON
ADSL	CanalSat DSL	OUI	NON
Mobile / 3G	Canal Sat Mobile, SFR Mobile	OUI	NON

REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	**MOBILE** MTV Live	
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Guadeloupe / Martinique Réunion	 CanalSat
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique (1,7 million d'abonnés)	Ale, Télédis, Brutélé, etc.
	Suisse (600 000 abonnés)	Naxoo, Cablecom, etc.
	Maroc (300 000 abonnés)	Maroc Telecom, CanalSat Horizons
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	**TELEVISEUR** MTV Replay - Numericable, CanalSat	**INTERNET** MTV Replay – www.canalsatalademande.fr
REGIE PUBLICITAIRE	Be Viacom 22, rue Jacques Dulud 92 521 Neuilly-sur-Seine	Sophie DELACOUR (coordinatrice régie) Sophie.delacour@vimn.com 01 70 94 95 07

NATIONAL GEOGRAPHIC CHANNEL

34, rue Orense
Madrid - Espagne
www.natgeotv.com/fr

Société éditrice : Fox International Channels Spain
Convention CSA : non
Forme juridique : S.L.U (S.A.R.L.)
Création de la chaîne : 2001
Capital : 61 000 €
Lancement de la chaîne : 01/01/2001

THEMATIQUE	Documentaire	
PUBLIC VISE	Tout public	
PROGRAMMES PHARES	Famille apocalypse, Megafactories, Héros de guerre	
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Documentaires – Magazines	100 %
ACTIONNAIRE(S)	Fox International Channels (UK) Ltd.	100 %
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité Abonnement Autres ressources	10 % 86 % 4 %
ORGANIGRAMME	Président Directeur des programmes Juridique	Jesus PERZAGUA Matt TAYLOR Patricia LUQUERO

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat	NON	OUI
Câble	Numericable	OUI	NON
ADSL	CanalSat DSL	NON	OUI
Mobile / 3G	CanalSat Mobile	NON	OUI

REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	**MOBILE** NON	**TABLETTE** NON
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Antilles françaises, Guyane française, Haïti, République Dominicaine, Trinidad, Tobago	CanalSat Caraïbes
	Nouvelle Calédonie, Wallis et Futuna, Fiji, Vanuatu, Tong	Canal+ Calédonie
	Ile de la Réunion, Ile de Mayotte, Ile Maurice, Madagascar, Seychelles et Comores	Canal+ Réunion
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique Suisse Afrique	Belgacom, Be TV Naxoo Canal Afrique
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	**TELEVISEUR** CanalSat à la demande	**INTERNET** www.canalsatalademande.fr
REGIE PUBLICITAIRE	France Télévisions Publicité 64, avenue Jean-Baptiste Clément 92 641 Boulogne www.ftv-publicite.fr	Bruno BELLIAT bruno.belliat@ftv-publicite.fr 01 56 22 65 44

NATIONAL GEOGRAPHIC WILD

34, rue Orense
Madrid - Espagne
www.natgeotv.com/fr

Société éditrice : Fox International Channels Spain
Convention CSA : non
Création de la chaîne : 2001
Lancement de la chaîne : 09/2008
Forme juridique : S.L.U (S.A.R.L.)
Capital : 61 000 €

THEMATIQUE	Documentaire	
PUBLIC VISE	Tout public	
PROGRAMMES PHARES	La grande invasion, Pêche à haut risque, Les aventures de Brady Barr	
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Documentaires – Magazines	100 %
ACTIONNAIRE(S)	Fox International Channels (UK) Ltd.	100 %
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité Abonnement Autres ressources	7 % 86 % 5 %
ORGANIGRAMME	Président Directeur des programmes Juridique	Jesus PERZAGUA Matt TAYLOR Patricia LUQUERO

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat	OUI	NON
Câble	Numericable	OUI	NON
ADSL	CanalSat DSL	NON	OUI
Mobile / 3G	CanalSat Mobile	NON	OUI

REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	**MOBILE** NON	**TABLETTE** NON
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Antilles françaises, Guyane française, Haïti, République Dominicaine, Trinidad, Tobago Ile de la Réunion, Ile de Mayotte, Ile Maurice, Madagascar, Seychelles et Comores	CanalSat Caraïbes Canal+ Réunion
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique, Luxembourg Suisse	Be TV CanalSat
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	**TELEVISEUR** CanalSat à la demande, Numericable	**INTERNET** www.canalsatalademande.fr
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique Monaco Suisse	Be TV Monaco Télecom CanalSat
REGIE PUBLICITAIRE	France Télévisions Publicité 64, avenue Jean-Baptiste Clément 92 641 Boulogne www.ftv-publicite.fr	Bruno BELLIAT bruno.belliat@ftv-publicite.fr 01 56 22 65 44

NICKELODEON
NICKELODEON JUNIOR

22, rue Jacques Dulud
92 521 Neuilly-sur-Seine
Tél/Fax : 01 70 94 94 94 / 95
www.nickelodeon.fr

Société éditrice : Viacom International Media Networks France
Convention CSA : non
Forme juridique : S.A.R.L.
Création de la chaîne : 1971
Capital : 8 000 €
Lancement de la chaîne : 26/11/2005
Effectif : 70

THEMATIQUE	Jeunesse
PUBLIC VISE	Nickelodeon : 8-12 ans / Nickelodeon Junior : 3-7 ans
PROGRAMMES PHARES	Bob l'Eponge, Victorious, Big Time Rush, Pingouins de Madagascar, Dora l'exploratrice, Umizoom, Go Diego

PROGRAMMATION
Part des différents genres de programmes

Fiction	27 %
Animation	63 %
Jeux et divertissements	5 %
Téléréalité	5 %

ACTIONNAIRE(S)	MTV Networks Holdings	100 %

ORGANIGRAMME	Directeur général	Thierry CAMMAS
	Directeur des programmes	Pierre HERGAULT
	Communication/Marketing	Nicolas BESNIER
	Production	Karine SEVRAIN
	Juridique	Céline FERTE

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat	OUI	NON
Câble	Numericable	OUI	NON
ADSL	CanalSat DSL	OUI	NON
Mobile / 3G	Canal Sat Mobile	OUI	NON

DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Guadeloupe / Martinique	
	Réunion	CanalSat Réunion, SRR
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique (1,7 million d'abonnés)	Ale, Télédis, Brutélé, etc.
	Suisse (25 000 abonnés)	Naxoo, Cablecom, etc.
	Maroc (6 000 abonnés)	Maroc Telecom
REGIE PUBLICITAIRE	Be Viacom 22, rue Jacques Dulud 92 521 Neuilly-sur-Seine	Sophie DELACOUR (coordinatrice régie) sophie.delacour@vimn.com 01 70 94 95 07

NON STOP PEOPLE

10, rue Lyautey
75 016 Paris
Tél/Fax : 01 80 48 67 41
www.non-stop-people.com

Société éditrice : HD Edition
Convention CSA : 11/12/2012
Lancement de la chaîne : 19/11/2000
Forme juridique : S.A.S
Capital : 10 000 €
Effectif : 30

THEMATIQUE	Information people	
PUBLIC VISE	Tout public	
PROGRAMMES PHARES	JT tous les 1/4 d'heure, Good Morning People, Le Grand Show	
PRODUCTION Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2012	1 008 heures	
PROGRAMMATION Part de programmes inédits	80 %	
Part des différents genres de programmes	Information	100 %
ACTIONNAIRE(S)	BANIJAY France HD Edition	5 % 95 %
SOURCES DE FINANCEMENT	Diffuseur	100 %
ORGANIGRAMME	Président	Hugues DANGY

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat	OUI	NON

REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	**MOBILE** NON	**TABLETTE** NON
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	OUI	CanalSat
DIFFUSION HORS DE FRANCE	NON	
REGIE PUBLICITAIRE	Lagardère Publicité 10, rue Thierry Le Luron 92 300 Levallois Perret	Clément TEZENAS du MONTCEL clement.tezenas@lagardere-pub.com 01 41 34 97 51

NRJ 12

46-50, avenue Théophile Gautier
75 203 Paris Cedex 16
Tél/Fax : 01 40 71 39 29 / 34 92
www.nrj12.fr

Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 2005
Lancement de la chaîne : 31/03/2005

Forme juridique : S.A.R.L.
Capital : 40 000 €
Effectif : 32

THEMATIQUE	Généraliste	
PUBLIC VISE	Tout public	
PROGRAMMES PHARES	Star Academy, Les Anges de la Téléréalité, Hollywood Girls, Tellement vrai, Le Mag, L'ile des vérités, Vous êtes en direct Morandini	
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Divertissements – Magazines	18 %
	Documentaires	4 %
	Séries	43 %
	Téléfilms	3 %
	Cinéma	4 %
	Publicité	12 %
	Téléachat	12 %
	Habillage et divers	3 %
ACTIONNAIRE(S)	NRJ GROUP	100 %
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité	100 %
ORGANIGRAMME	Directeur général	Gérald BRICE-VIRET
	Directeur de l'antenne	Julien FIGUE
	Directeur des programmes	Stéphane JOFFRE-ROMÉAS
	Communication/Marketing	Frédéric LE BIHAN
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION	Disponible sur la TNT gratuite, le câble, le satellite, l'ADSL et les mobiles.	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	**MOBILE** OUI	**TABLETTE** OUI
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	**TELEVISEUR** NRJ 12 Replay	**INTERNET** www.nrj12.fr
REGIE PUBLICITAIRE	NRJ Global 22, rue Boileau 75 016 Paris www.nrjglobal.com	Alexis RATEAU (dga médias TV et Radio) 01 40 71 38 15

NT1

1, quai du Point du jour
92 656 Boulogne
Tél/Fax : 01 41 41 12 34
www.nt1.tv

Société éditrice : NT1
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 31/03/2005

Forme juridique : S.A.S.
Capital : 8 351 376 €

THEMATIQUE	Généraliste	
PUBLIC VISE	15 à 34 ans	
PROGRAMMES PHARES	Fiction française : VDM, Que du Bonheur, Sœur Thérèse.com Fiction américaine : How I met your mother, True Blood, Les mystères de Haven, Magazines et divertissements : Tous différents, En Mode Gossip, Ma vie à la télé.	
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Fiction	42,8 %
	Cinéma	3,7 %
	Documentaires - Magazines	18,0 %
	Spectacle / Musique / Divertissements	6,8 %
	Sport – y compris information sportive	0,4 %
	Autres	20,1 %
	Information	3,7 %
ACTIONNAIRE(S)	Groupe TF1	100 %
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité	93 %
	Autres ressources	7 %
ORGANIGRAMME	Président	Nonce PAOLINI
	Directrice générale	Caroline GOT
	Directeur des programmes	Vincent BROUSSARD
	Communication/Marketing	Karine MARTIN LAPRADE
	Directeur du site et de la diffusion	Olivier MERCIER
	Juridique	Stéphane STRATIGEAS
	Directeur de la diffusion	Olivier MERCIER
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION	Disponible sur la TNT gratuite, le câble, le satellite, l'ADSL et les mobiles.	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	**MOBILE** OUI	**TABLETTE** OUI
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Réunion, Guadeloupe, Mayotte, Nouvelle Calédonie, Guyane, Martinique	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	OUI	
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	**TELEVISEUR** NT1 (Bouygues Telecom, SFR, Orange)	**INTERNET** www.nt1.tv
REGIE PUBLICITAIRE	TMC Régie 20-26, boulevard du Parc 92 200 Neuilly-sur-Seine	01 79 62 17 00 www.tmcregie.fr

NUMÉRO 23

17, rue du Pont aux Choux
75 013 Paris
Tél/Fax : 01 76 21 46 10
www.numero23.fr

Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 16/04/2012
Lancement de la chaîne : 12/12/2012

Forme juridique : S.A.S.
Capital : 11 765 €
Effectif : 4

THEMATIQUE	Généraliste	
PROGRAMMATION		
Part de programmes inédits	80 % de programmes inédits en prime-time	
Part des différents genres de programmes	Fiction	42,2 %
	Documentaires – Magazines	43,8 %
	Jeux et divertissements	6,2 %
	Autres	7,8 %
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité	100 %
ORGANIGRAMME	Président	Pascal HOUZELOT
	Directeur de l'antenne	Damien CUIER
	Directrice des programmes	Nathalie DROUAIRE
	Communication / Marketing	Jenna HEMMERY
	Achats	Carine BRULE
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION	Disponible sur la TNT gratuite, le câble, le satellite, l'ADSL et les mobiles.	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	NON	
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	OUI	

OCS
ORANGE CINEMA SERIES
(OCS Max, OCS Happy, OCS Novo, OCS Choc, OCS Géants)

48, rue Camille Desmoulins
92 130 Issy-les-Moulineaux
Tél/Fax : 01 57 36 12 00
www.ocs.fr

Société éditrice : Orange cinéma séries - OCS
Convention CSA : oui
Forme juridique : S.N.C.
Création de la chaîne : 07/11/2008
Capital : 10 001 €
Lancement de la chaîne : 13/11/2008
Effectif : 46

THEMATIQUE	Cinéma et séries
PUBLIC VISE	Amateurs de séries et de cinéma
PROGRAMMES PHARES	Cinéma : Le plan parfait, Amitiés sincères, Cherchez Hortense, Avengers, Le choc des titans 2, etc. Séries : Lazy Company, QI S2, ZAK, Le trône de fer, Breaking Bad, Boardwalk Empire. Programmes de flux : Ciné, Séries & Cie, Court Central
PRODUCTION Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2012	150 heures

PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes		
	Fiction	20 %
	Cinéma	70 %
	Documentaires - Magazines	7 %
	Animation	3 %
ACTIONNAIRE(S)	Orange cinéma séries S.A.	66,66 %
	Multithématiques S.A.S.	33,33 %
SOURCES DE FINANCEMENT	Abonnements	100 %
ORGANIGRAMME	Président	Serge LAROYE
	Directeur général	Guillaume JOUHET
	Directeur des programmes	Boris DUCHESNAY
	Directeur des antennes	Christian POINSO
	Directeur financier	Abdelkalek GOUGAM
	Directeur des opérations	Antoine de CHANAUD
	Directeur technique	Christophe DURAN
	Directeur commercial	Hervé CARBONNIER
	Communication des programmes	Isabelle di COSTANZO - Caroline LUCA
	Production	Isabelle BRODIN
	Achats	Alix GOLDSCHMIDT

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Orange	NON	OUI - Pack divertissement
	CanalSat	NON	OUI - Pack Séries Cinéma
ADSL	Orange, CanalSat DSL, SFR-Neuf	NON	OUI à la carte
Mobile / 3G	Orange Mobile	NON	OUI

REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	**MOBILE** OUI	**TABLETTE** OUI
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	La Réunion, Guadeloupe, Martinique, Guyane, Saint-Martin, Saint Barthélémy, Tahiti	Orange, Tahiti Nui Satellite, Parabole Réunion
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Ile Maurice	Parabole Maurice
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	**TELEVISEUR** OCS (Orange, CanalSat)	**INTERNET** www.ocs.fr

OL TV

350, avenue Jean Jaurès
69 301 Lyon cedex 07
Tél/Fax : 04 26 29 67 46 / 65 16
www.olweb.fr

Société éditrice : OL IMAGES
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 08/10/2004
Lancement de la chaîne : 27/07/2005
Forme juridique : S.A.S.
Capital : 37 000 €
Effectif : 20

THEMATIQUE	Sport
PUBLIC VISE	Chaîne dédiée à la vie du club de football de l'Olympique Lyonnais
PROGRAMMES PHARES	OL System, OL Info, Le Bus de L'OL, Matchs de L1, Matchs européens, Matchs de coupes nationales, Terrain N°10, Matchs de football féminin (D1, Ligue des Champions, Coupes), Génération OL, Dr'OL de dam, Veille de match, Solidaire, OL Replay, Pleine lucarne, Zone Euro
PRODUCTION Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2012	Plus de 1 000 heures

PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes		
	Documentaires – Magazines	50 %
	Sport – y compris information sportive	50 %
ACTIONNAIRE(S)	OL Groupe	99,99 %
	Eric PEYRE	0,01 %
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité	2 %
	Abonnements	70 %
	Autres ressources	28 %
ORGANIGRAMME	Président	Eric PEYRE
	Directeur général	Jean-Yves MEILLAND
	Directeur des programmes	Alexa THILLE
	Production	Martial GREGOIRE
	Juridique	Vincent PONSOT

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat	NON	OUI – Pack Panorama
Câble	Numericable	OUI	OUI – Pass Sport

REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :
MOBILE
OL

SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE
INTERNET
www.olweb.fr

REGIE PUBLICITAIRE
SPORTFIVE
350, avenue Jean Jaurès
69 361 Lyon cedex 07
www.sportfive.fr

Virginie ADNET
vadnet@olympiquelyonnais.com
04 26 29 69 82

OM TV

Centre d'entraînement Robert Louis-Dreyfus
La Commanderie
33, rue traverse de la Martine
BP 108 13 425 Marseille cedex 12
Tél/Fax : 04 91 76 56 09 / 91 12
www.om.net

Société éditrice : OM Médias
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 16/01/1999
Lancement de la chaîne : 16/01/1999
Forme juridique : S.A.S.
Capital : 1 557 700 €
Effectif : 32

THEMATIQUE	Sport	
PUBLIC VISE	Chaîne dédiée au club de football de l'Olympique de Marseille	
PROGRAMMES PHARES	Direct d'avant match, Direct d'après match, Objectif Match, Veille de match, Forum, 12ème homme, Droit au cœur, Un jour à l'OM…	
PRODUCTION Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2012	1 000 heures	
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Documentaires – Magazines Sport – y compris information sportive	10 % 90 %
ACTIONNAIRE(S)	SASP Olympique de Marseille	100 %
SOURCES DE FINANCEMENT	Abonnements	100 %
ORGANIGRAMME	Directeur général Directeur des médias Responsables médias Communication / Marketing	Philippe PEREZ Luc LABOZ Jean-Robert ESCANDE / Thierry AGNELLO Luc LABOZ

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat	NON	OUI – Pack Sport
Câble	Numericable	NON	OUI – NC Box Platinium
ADSL	Orange	NON	NON
	SFR-Neuf	NON	NON
	CanalSat DSL	NON	OUI – Pack Sport

DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	OUI	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Afrique Francophone	Canal+ Afrique
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE		**INTERNET** OMtv Online : www.om.net
REGIE PUBLICITAIRE	Direction Olympique de Marseille Centre d'entraînement Robert Louis-Dreyfus La Commanderie 33, rue traverse de la Martine BP 108 13 425 Marseille cedex 12	Corinne GENSOLLEN 04 91 76 56 09

ONZÉO

15, rue Cognac Jay
75 007 Paris
Tél/Fax : 01 49 55 02 67 / 73
www.onzeo.fr

Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 26/09/2006
Lancement de la chaîne : 26/09/2006
Forme juridique : S.A.S.
Capital : 37 000 €

THEMATIQUE	Football	
PUBLIC VISE	Chaîne dédiée à douze clubs de football professionnel français	
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Sport – y compris information sportive	100 %
ORGANIGRAMME	Président Directeur de l'antenne Production	Bernard CAIAZZO François STEFFEN Charles GRAVATTE

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat	NON	OUI - Panorama
ADSL	CanalSat DSL	NON	OUI - Panorama
Mobile/3G	CanalSat Mobile	NON	OUI

REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	**MOBILE** NON	**TABLETTE** NON
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Monaco, Suisse	CanalSat
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	**TELEVISEUR** CanalSat à la demande	**INTERNET** www.canalsatalademande
REGIE PUBLICITAIRE	REMICS & Cie 6, rue Emile Verhaeren 92 210 Saint-Cloud www.remicsetcompagnie.com	Nora KADRI 01 76 61 83 63 nora@remicsetcompagnie.com

PARIS PREMIÈRE

89, avenue Charles de Gaulle
92 200 Neuilly sur Seine
Tél/Fax : 01 41 92 57 00 / 03
www.paris-premiere.fr

payante

Société éditrice : PARIS PREMIERE
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 25/10/2004
Lancement de la chaîne : 15/12/1986

Forme juridique : S.A.S.
Capital : 10 089 380 €
Effectif : 20

THEMATIQUE	Généraliste	
PUBLIC VISE	Tout public	
PROGRAMMES PHARES	Ça balance à Paris, Zemmour et Naulleau, 17e sans ascenseur, Paris Dernière, La mode, la mode, la mode, Très très bon, Intérieur, Les grosses têtes	
ACTIONNAIRE(S)	Groupe M6	100 %
ORGANIGRAMME	Président	Jérôme BUREAU
	Directrice des programmes	Anaïs BOUTON
	DGA sports et opérations spéciales	Fabrice CLÉMENT
	Directeur éditorial	Jonathan CURIEL
	Responsable éditoriale	Pauline FAVIER-HÉNIN
	Directrice des productions	Muriel PEYROT
	Responsable de la programmation	Vincent PUJOL
	Directeur de la communication	Guillaume TURIN
	Responsable communication	Sophie MICHARD
	Responsable partenariats et relations publiques	Priscilla HUET
	Chargée des partenariats et promotions	Clélia JOLY
	Attachée de presse	Amélie BOISSEAU
	Responsable des nouveaux médias	José VIRGILI
	Responsable auto-promo	Cécile DOUSSIERE
	Responsable d'antenne	Delphine POMMAT
	Responsables des productions	Delphine MATHIEU-NICE / Joël ISCLA
TNT	Payante	Tranche en clair de 18h30 à 21h00 tous les jours et de 10h00 à 13h00 les samedis et dimanches ; CanalSat

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat	OUI	NON
Câble	Numericable	OUI	NON
ADSL	CanalSat DSL, SFR-Neuf, Bouygues, Darty	OUI	NON
	Orange, Free, Auchan	NON	OUI
Mobile / 3G	Orange Mobile	NON	OUI

DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Tous sauf Nouvelle-Calédonie	CanalSat Overseas, ZEOP (Réunion)
REGIE PUBLICITAIRE	M6 Publicité 89, avenue Charles de Gaulle 92 200 Neuilly sur Seine www.m6pub.fr	Frédérique REFALO frefalo@m6.fr

PINK TV

20-22, rue de Turenne
75 004 Paris
Tél/Fax : 01 55 80 77 17 / 74 54
www.pinktv.fr

Société éditrice : Pink TV S.A.S
Convention CSA : oui
Lancement de la chaîne : 24/10/2004

Forme juridique : S.A.S.
Capital : 178 480 €
Effectif : 5

THEMATIQUE	Gay généraliste	
PUBLIC VISE	Communauté homosexuelle	
PROGRAMMES PHARES	Plus rose ma ville, Pop profiles, Talents aiguilles	
PRODUCTION		
Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2012	6 heures	
PROGRAMMATION		
Part de programmes inédits	25 %	
Part des différents genres de programmes	Fiction	25 %
	Documentaires - Magazines	25 %
	Spectacle vivant	25 %
	Autres	25 %
ORGANIGRAMME	Président	Pascal HOUZELOT
	Directeur des programmes	Cyrille MARIE
	Responsable achats + VOD	Aurélien DOUILLARD
	Responsable presse et partenariats	Nicolas MAILLE
	Responsable antenne	Sabrina SANTIAGO

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat	OUI	NON
	Orange	OUI	NON
Câble	Numericable	OUI	NON
ADSL	Orange, CanalSat DSL, Darty, SFR-Neuf	OUI	NON
	Bouygues, Free	NON	OUI

REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	**MOBILE** www.pinklive.fr	**TABLETTE** www.pinklive.fr
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	OUI	CanalSat Caraïbes
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique, Luxembourg, Suisse	Belgacom, Coditel, CanalSat Suisse

PIWI+

5/13, boulevard de la République
92 100 Boulogne-Billancourt
Tél/Fax : 01 71 35 35 35 /27 92
www.piwiplus.fr

Société éditrice : Multithématiques
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 03/12/2003
Forme juridique : S.A.S.
Capital : 7 500 €

THEMATIQUE	Jeunesse	
PUBLIC VISE	3-5 ans	
ACTIONNAIRE(S)	Multithématiques	100 %
ORGANIGRAMME	Directeur général	Rodolphe BELMER
	Directeur général adjoint du pôle payant	Raphaël DE ANDREIS
	Directrice du pôle jeunesse	Laurence BLAEVOET
	Responsable éditoriale pré-achats et coproductions	Sophie BOÉ
	Responsable des acquisitions	Géraldine SOTO
	Responsable de la programmation	Benoît TROUWAERT
	Responsable de la production (Flux & animations antenne)	Nathalie LEFFRAY
	Responsable des partenariats	Nathalie HACHET
	Directrice de la communication programmes	Régine BILLOT
	Responsable de la communication	Delphine VAQUIER
	Attaché de presse	Elisabeth LEBOUT

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat	NON	OUI
Câble	Numericable	NON	OUI
ADSL	CanlSat DSL, Free, SFR-Neuf Darty, Bouygues, Orange	NON	OUI

DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Réunion	Parabole Réunion
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Suisse	Canalsat
	Maurice, Madagascar	Parabole Maurice Madagascar
	Maroc	Maroc Telecom
REGIE PUBLICITAIRE	Canal+ Régie Arcs de Seine Bât. C - CS 20023 1, rue Les Enfants du Paradis 92 652 Boulogne-Billancourt www.canalplusregie.com	Roger COSTE roger.coste@canal-plus.com 01 71 35 35 35

PLANÈTE+

1, place du Spectacle
92 823 Issy-les-Moulineaux
Tél/Fax : 01 71 35 35 35
www.planeteplus.com

payante

Société éditrice : Planète Câble
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 01/09/1988

Forme juridique : S.A.S.
Capital : 7 516 069 €

THEMATIQUE	Documentaire	
PUBLIC VISE	Tout public	
ACTIONNAIRE(S)	Multithématiques	100 %
ORGANIGRAMME	Directeur Général du groupe Canal+	Rodolphe BELMER
	Directeur général adjoint du pôle payant	Raphaël DE ANDREIS
	Directeur de l'antenne	René SAAL
	Directeur des chaînes thématiques	
	Découverte du groupe Canal+	Olivier STROH
	Responsable éditorial	Délia BALDESCHI
	Chargée de coordination préachats	Sandrine DELEGIEWICZ
	Directrice de la communication programmes	Régine BILLOT
	Responsable de la communication	Pascal AZNAR
	Attachée de presse	Maria PEREIRA
TNT	Payante	CanalSat

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat	OUI	NON
Câble	Numericable, Valvision, Vialis, France Citévision	OUI	NON
Mobile / 3G	CanalSat Mobile	NON	OUI

DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Caraïbes, Réunion, Nouvelle-Calédonie	CanalSat
	Martinique, Guadeloupe, Polynésie	Câble
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique	Be TV, Numericable
	Suisse	CanalSat Suisse, Cablecom, Naxoo
	Luxembourg	Numéricâble
	Monaco	Monaco Télécom
	Maroc	Maroc Telecom
	Afrique Subsaharienne	CanalSat Afrique
	Ile Maurice, Madagascar	CanalSat
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	**TELEVISEUR**	**INTERNET**
	CanalSat à la demande	www.canalsatalademande.fr
REGIE PUBLICITAIRE	Canal+ Régie Arcs de Seine Bât. C - CS 20023 1, rue Les Enfants du Paradis 92 652 Boulogne-Billancourt www.canalplusregie.com	Roger COSTE roger.coste@canal-plus.com 01 71 35 35 35

PLANÈTE+ JUSTICE

1, place du Spectacle
92 823 Issy-les-Moulineaux
Tél/Fax : 01 71 35 35 35
www.planeteplusjustice.fr

Société éditrice : Planète Câble
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 01/10/2007
Lancement de la chaîne : 01/10/2007
Forme juridique : S.A.S.
Capital : 7 516 069 €

THEMATIQUE	Documentaire	
PUBLIC VISE	Tout public	
ACTIONNAIRE(S)	Multithématiques	100 %
ORGANIGRAMME	Directeur général du groupe Canal+	Rodolphe BELMER
	Directeur général adjoint du pôle payant	Raphaël DE ANDREIS
	Directeur de l'antenne	René SAAL
	Directeur des chaînes thématiques Découverte du groupe Canal+	Olivier STROH
	Responsable éditoriale	Laurie DUMAS
	Chargée de coordination préachats	Sandrine DELEGIEWICZ
	Directrice de la communication programmes	Régine BILLOT
	Responsable de la communication	Pascal AZNAR
	Attachée de presse	Maria PEREIRA

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat	OUI	NON
Câble	Vialis	OUI	NON
ADSL	CanalSat DSL	OUI	NON
Mobile / 3G	CanalSat Mobile	NON	OUI

DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Caraïbes	CanalSat Caraïbes
	Réunion	Parabole Réunion
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Suisse	CanalSat Suisse
	Ile Maurice, Madagascar	Parabole Maurice, Madagascar
REGIE PUBLICITAIRE	France Télévisions Publicité 64-70, avenue Jean-Baptiste Clément 92 100 Boulogne-Billancourt cedex www.ftv-publicite.fr	Nathalie CLEMENCEAU nathalie.clemenceau@ftv-publicite.fr 01 56 22 32 00

PLANÈTE+ NO LIMIT

1, place du Spectacle
92 823 Issy-les-Moulineaux
Tél/Fax : 01 71 35 35 35
www.planeteplusnolimit.fr

Société éditrice : Planète Câble
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 01/11/2004
Lancement de la chaîne : 01/11/2004
Forme juridique : S.A.S.
Capital : 7 516 069 €

THEMATIQUE	Documentaire	
PUBLIC VISE	Tout public	
ACTIONNAIRE(S)	Multithématiques	100 %
ORGANIGRAMME	Directeur général du groupe Canal+	Rodolphe BELMER
	Directeur général adjoint du pôle payant	Raphaël DE ANDREIS
	Directeur de l'antenne	René SAAL
	Directeur des chaînes thématiques Découverte du groupe Canal+	Olivier STROH
	Responsable éditorial	Benoît ILLES
	Chargée de coordination préachats	Sandrine DELEGIEWICZ
	Directrice de la communication programmes	Régine BILLOT
	Responsable de la communication	Pascal AZNAR
	Attachée de presse	Maria PEREIRA

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat	OUI	NON
Câble	Numericable, Vialis, France Citévision	OUI	NON
ADSL	CanalSat DSL	OUI	NON
Mobile / 3G	CanalSat Mobile	NON	OUI

DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Caraïbes, Réunion, Nouvelle-Calédonie	CanalSat
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique	Be TV, Numericable
	Suisse	CanalSat Suisse, Naxoo, Cablecom
	Luxembourg	Numericable
	Monaco	Monaco Télécom
	Afrique Subsaharienne	CanalSat Afrique
	Ile Maurice, Madagascar	CanalSat
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	**TELEVISEUR** CanalSat à la demande	**INTERNET** www.canalsatalademande.fr
REGIE PUBLICITAIRE	Canal+ Régie Arcs de Seine Bât. C - CS 20023 1, rue Les Enfants du Paradis 92 652 Boulogne-Billancourt www.canalplusregie.com	Roger COSTE roger.coste@canal-plus.com 01 71 35 35 35

PLANÈTE+ THALASSA

1, place du Spectacle
92 823 Issy-les-Moulineaux
Tél/Fax : 01 71 35 35 35
www.planeteplusthalassa.fr

Société éditrice : Planète Câble
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 01/11/2002

Lancement de la chaîne : 01/11/2002
Forme juridique : S.A.S.
Capital : 7 516 069 €

THEMATIQUE	Documentaire	
PUBLIC VISE	Tout public	
ACTIONNAIRE(S)	Groupe Canal+	66 %
	France Télévisions	34 %
ORGANIGRAMME	Président	Georges PERNOUD
	Directeur général	Olivier STROH
	Responsable éditoriale	Anne GOURAUD
	Chargée de coordination préachats	Carole MALVOISIN
	Directrice de la communication programmes	Régine BILLOT
	Responsable de la communication	Pascal AZNAR
	Attachée de presse	Maria PEREIRA

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat	OUI	NON
Câble	Numericable, Vialis, France Citévision	OUI	NON
Mobile / 3G	CanalSat Mobile	NON	OUI

DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Caraïbes, Réunion, Nouvelle-Calédonie	CanalSat
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique	Be TV, Numericable
	Suisse	CanalSat Suisse, Naxoo, Cablecom
	Luxembourg	Numericable
	Monaco	Monaco Télécom
	Afrique Subsaharienne	CanalSat Afrique
	Ile Maurice, Madagascar	CanalSat
	Maroc	Maroc Telecom
REGIE PUBLICITAIRE	France Télévisions Publicité 64-70, avenue Jean-Baptiste Clément 92 100 Boulogne-Billancourt www.ftv-publicite.fr	Nathalie CLEMENCEAU nathalie.clemenceau@ftv-publicite.fr 01 56 22 32 00

POLAR

132, avenue du président Wilson
BP 95
93 213 La Plaine Saint-Denis cedex
Tél/Fax : 01 49 22 20 01 / 22 35
www.cinepolar.com

Société éditrice : AB Sat
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 15/09/2002
Forme juridique : S.A.S.
Capital : 24 000 000 €

THEMATIQUE	Cinéma	
PUBLIC VISE	Hommes	
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Cinéma Documentaires - Magazines	90 % 10 %
ACTIONNAIRE(S)	Groupe AB S.A.	100 %
ORGANIGRAMME	Président Directeur général Directeur de l'antenne Directeur des programmes Communication / Marketing	Jean-Michel FAVA Denis BORTOT Franck LEGRAND Richard MAROKO Gregg BYWALSKI

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	BIS TV	NON	OUI - Cinérama
	Orange	NON	OUI - Ciné
	CanalSat	NON	OUI
Câble	Numericable	NON	OUI - Pass Ciné
ADSL	Free	NON	OUI - Ciné Choc / Ciné Chic
	SFR-Neuf	NON	OUI - Grand Spectacle
	Darty	NON	OUI - Privilège Cinéma
	Bouygues	NON	OUI - Cinéma / Grand Cinéma
	Orange	NON	OUI - Ciné

REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	**MOBILE** OUI	**TABLETTE** OUI
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	OUI	
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	OUI	
REGIE PUBLICITAIRE	REGIS PUB 132, avenue du président Wilson BP 95 93 213 La Plaine Saint-Denis Cedex www.regispub.com	Gregg BYWALSKI gregg.bywalski@groupe-ab.fr 01 49 17 24 73

PUBLIC SÉNAT

92, boulevard Raspail
75 006 Paris
Tél/Fax : 01 42 34 44 00 / 44 85
www.publicsenat.fr

Société éditrice : Public Sénat
Convention CSA : non
Création de la chaîne : 30/12/1999
Lancement de la chaîne : 25/04/2000

Forme juridique : S.A.
Capital : 120 000 €
Effectif : 56

THEMATIQUE	Information politique et parlementaire	
PUBLIC VISE	Tout public	
PROGRAMMES PHARES	Bibliothèque Médicis, Déshabillons-les, Preuves par 3, A l'heure du choix, Le 19h / 22h, Enjeux 2012 , On refait la séance, D'une campagne à l'autre, Un monde de bulles	
PRODUCTION Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2012	1200 heures par mois	
PROGRAMMATION Part de programmes inédits	90 %	
Part des différents genres de programmes	Directs	18 %
	Magazines	42 %
	Documentaires	4 %
	Travail parlementaire	36 %
ACTIONNAIRE(S)	Sénat	100 %
ORGANIGRAMME	Président	Gilles LECLERC
	Secrétaire générale	Maïa WIRGIN
	Directrice de l'antenne et des programmes	Mireille THIBAULT
	Communication / Marketing	Myriam MULTIGNER
	Production / Technique	Olivier BAUCHARD
	Juridique	Jean-Marc BOÉRO
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION	Disponible sur la TNT gratuite, le câble, le satellite, l'ADSL et les mobiles	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	**MOBILE** NON	**TABLETTE** NON
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	OUI	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	OUI	
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE		**INTERNET** www.publicsenat.fr

RMC DÉCOUVERTE

12, rue d'Oradour-sur-Glane
75 015 Paris
Tél/Fax : 01 71 19 10 35
www.rmcdecouverte.com

Société éditrice : RMC Découverte
Convention CSA : oui
Lancement de la chaîne : 12/12/2012

Forme juridique : S.A.S.
Capital : 1 000 €
Effectif : 10

THEMATIQUE	Documentaire	
PUBLIC VISE	Tout public	
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Documentaires - Magazines Autres	90 % 10 %
ACTIONNAIRE(S)	NextRadioTV	100 %
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité	100 %
ORGANIGRAMME	Président Vice-président Directrice de l'antenne et des programmes Communication / Marketing Antenne Juridique Achats	Alain WEILL Frank LANOUX Gwenaëlle TROLY Nathalie CHAKRA Rodolphe GUIGNARD Stéphanie CORBIERE Corentin GLUTRON
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION	Disponible sur la TNT gratuite, le câble, le satellite, l'ADSL et les mobiles	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	**MOBILE** OUI	**TABLETTE** OUI
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	NON	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	NON	
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE		**INTERNET** www.rmcdecouverte.com
REGIE PUBLICITAIRE	Next Régie 12, rue d'Oradour-sur-Glane 75 015 Paris www.nextradiotv.com/nextregie.php	Pierre-Henry MEDAN rmcregie@rmcregie.fr 01 71 19 11 71

RTL 9

132, avenue du président Wilson
BP 95
93 213 La Plaine Saint-Denis Cedex
Tél/Fax : 01 49 22 20 01 / 22 35
www.rtl9.com

Société éditrice : RTL 9 S.A. et Cie SECS
Convention CSA : non
Création de la chaîne : 23/01/1995
Forme juridique : S.A.S.
Capital : 24 000 000 €

THEMATIQUE	Généraliste	
PUBLIC VISE	Famille	
PROGRAMMES PHARES	RTL9 Family, UFC, Catch	
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Fiction	25 %
	Cinéma	30 %
	Documentaires - Magazines	10 %
	Sport – y compris information sportive	10 %
	Jeux et divertissements	25 %
ACTIONNAIRE(S)	AB Luxembourg	65 %
	RTL Group	35 %
ORGANIGRAMME	Président	Jean-Michel FAVA
	Directeur général	Denis BORTOT
	Directeur de l'antenne	Franck LEGRAND
	Directeur des programmes	Richard MAROKO
	Communication / Marketing	Gregg BYWALSKI
	Production	Virginia SUBRAMANIYAM

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Canal Sat, BIS TV, Orange	OUI	NON
Câble	Numericable	NON	OUI – Power
ADSL	Free, SFR-Neuf , Bouygues, Orange, Free	OUI	NON
	Darty	NON	OUI – Divertissement

REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	**MOBILE** OUI	**TABLETTE** OUI
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	OUI	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Suisse	Naxoo, Cablecom, City TV
	Luxembourg	Numericable
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	OUI	
REGIE PUBLICITAIRE	Lagardère Publicité 10, rue Thierry Le Luron 92 300 Levallois-Perret www.lagardere-pub.com	Bernard FAUVE bernard.fauve@lagardere-pub.com 01 41 34 97 07

SEASONS

1, place du Spectacle
92 823 Issy-les-Moulineaux Cedex 9
Tél/Fax : 01 71 35 35 35
www.seasons.fr

Société éditrice : Multithématiques
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 01/11/1 996
Forme juridique : S.A.S.
Capital : 84 340 983 €

THEMATIQUE	Documentaire	
PUBLIC VISE	Tout public	
ACTIONNAIRE(S)	Canal+ France	100 %
ORGANIGRAMME	Directeur général du groupe Canal+I	Rodolphe BELMER
	Directeur général adjoint du pôle payant	Raphaël DE ANDREIS
	Directeur des chaînes thématiques Découverte du groupe Canal+	Olivier STROH
	Responsable éditorial	Rémi CASTAING
	Chargée de coordination préachats	Carole MALVOISIN
	Directrice de la communication programmes	Régine BILLOT
	Responsable de la communication	Pascal AZNAR
	Attachée de presse	Maria PEREIRA

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat	NON	OUI – Pack Frissons et à la carte
Câble	Vialis, Numericable	NON	OUI

DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Caraïbes, Nouvelle-Calédonie, Réunion	CanalSat
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique	Be TV
	Monaco	Monaco Télécom
	Suisse	CanalSat Suisse, Cablecom
	Ile Maurice, Madagascar	CanalSat
REGIE PUBLICITAIRE	SEASONS 5-13, boulevard de la République 92 100 Boulogne-Billancourt	Thierry DESJARDINS 01 71 35 35 35

SÉRIE CLUB

120, avenue Charles de Gaulle
92 522 Neuilly-sur-Seine Cedex
Tél/Fax : 01 55 62 66 66 / 10
www.serieclub.fr

Société éditrice : Extension TV
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 08/03/1993
Lancement de la chaîne : 08/03/1993
Forme juridique : S.A.
Capital : 50 000 €
Effectif : 36

THEMATIQUE	Fiction	
PUBLIC VISE	15-49 ans	
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Fiction	100 %
PROGRAMMES PHARES	Mad Men, FBI duo très spécial, Medium, Jessica King, Eureka, American Horror Story	
ACTIONNAIRE(S)	Groupe M6 Groupe TF1	50 % 50 %
ORGANIGRAMME	Président Directeur général Directeur général délégué Directrice de l'administration des programmes Directeur technique Directeur des programmes Responsable de la communication Responsable des productions Directrice juridique Responsable des acquisitions	Jean-Michel COUNILLON Guillaume THOURET Laurent de LORME Anne-Laure FERRIE Nicolas VIAULT Franck PUSSET Sophie FALLA Caroline ESKDALE Yasmine PILZ Florent GELLIE

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat	OUI	NON
Câble	Numericable	OUI	NON
ADSL	CanalSat DSL	OUI	NON
Mobile / 3G	CanalSat et Numericable	OUI	NON

DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	OUI	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Afrique Subsaharienne Monaco, Andorre	CanalOverseas Africa, Multichoice Africa
REGIE PUBLICITAIRE	M6 Publicité 89, avenue Charles de Gaulle 92 200 Neuilly-sur-Seine www.m6pub.fr	Gilles BARTHELEMY gbarthelemy@m6.fr 01 41 92 66 66

SPORT 365

73, rue Henri Barbusse
92 110 Clichy
Tél/Fax : 01 49 11 64 00
www.sport365.fr/tv

Société éditrice : Media 365
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 18/09/2012
Lancement de la chaîne : 18/09/2012

Forme juridique : S.A.S.
Capital : 4 488 745 €
Effectif : 55

THEMATIQUE	Sport – Information sportive	
PUBLIC VISE	Hommes 25 ans et plus	
PROGRAMMES PHARES	A domicile, The Place to be, L'interview Business, L'interview Médias	
PROGRAMMATION		
Part de programmes inédits	17 %	
Part des différents genres de programmes	Documentaires - Magazines	36 %
	Animation	55 %
	Autres	9 %
ACTIONNAIRES	Groupe Sporever	100 %
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité	14 %
	Autres ressources	86 %
ORGANIGRAMME	Président	Patrick CHÊNE
	Directeur général	Nicolas MANISSIER
	Directeur de l'antenne	Guillaume ANTONY
	Communication / Marketing	Yann BEAUROPERT
	Production	Mathieu CHAVANNE
	Juridique	Caroline CHAMPENOIS
	Directeur de la rédaction	Arnaud de COURCELLES
	Directeur technique	Issam KALLALI

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat	OUI	NON
Câble	Numericable	NON	OUI - Pass Sport
ADSL	Orange	NON	OUI - Bouquets Sport & Extra
	Free	NON	OUI à la carte
Mobile / 3G	Orange Mobile	NON	OUI

DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	NON	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	OUI	Télé2France
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	NON	
DIFFUSION SUR INTERNET	NON	
REGIE PUBLICITAIRE	Lagardère Publicité 10, rue Thierry Le Luron 92 300 Levallois-Perret	Clément TEZENAS du MONTCEL Clement.Tezenas@lagardere-pub.com 06 03 62 03 87

SPORT+

1, place du Spectacle
92 130 Issy-les-Moulineaux
Tél/Fax : 01 71 35 35 35
www.sportplus.fr

Société éditrice : Sport+
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 26/10/2002

Forme juridique : S.A.
Capital : 37 500 €

THEMATIQUE	Sport	
PUBLIC VISE	Tout public	
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Sport	100 %
ACTIONNAIRE(S)	Société d'édition de Canal+ Canal+ France Administrateurs	99,84 % 0,04 % 0,12 %
ORGANIGRAMME	Directeur général du groupe Canal+ Directeur général adjoint du pôle payant Directeur des sports Directeur général délégué	Rodolphe BELMER Raphaël DE ANDREIS Cyril LINETTE Bruno POULAIN

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat	OUI	NON
Câble	Numericable	OUI	NON
ADSL	Canalsat	OUI	NON
Mobile / 3G	CanalSat Mobile	NON	OUI

DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Antilles Réunion Nouvelle Calédonie Polynésie	CanalSat, Mediaserv CanalSat, Mediaserv CanalSat Tahiti Nui Satellite
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Monaco Afrique Maurice, Madagascar	Monaco Telecom CanalSat Afrique CanalSat
REGIE PUBLICITAIRE	Canal+ Régie Arcs de Seine Bât. C - CS 20023 1, rue Les Enfants du Paradis 92 652 Boulogne-Billancourt www.canalplusregie.com	Roger COSTE roger.coste@canal-plus.com 01 71 35 35 35

STYLIA

1, quai du Point du jour
92 656 Boulogne
Tél/Fax : 01 41 41 12 34 / 40 38
www.stylia.fr

Société éditrice : Société d'exploitation de documentaires
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 19/09/1996
Lancement de la chaîne : 02/10/2010
Forme juridique : S.A.S.
Capital : 40 000 €
Effectif : 11

THEMATIQUE	Documentaire	
PUBLIC VISE	Femmes CSP+	
PROGRAMMES PHARES	Du Beau, du Bon, du Bien-être et Prêt-à-Porter Tout de Suite, Devant l'Objectif, etc.	
PRODUCTION Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2012	50 heures de documentaires + 50 heures de magazines	
PROGRAMMATION Part de programmes inédits	80 %	
Part des différents genres de programmes	Documentaires - Magazines	75 % - 25 %
ACTIONNAIRE(S)	Groupe TF1	100 %
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité Abonnement	10 % 90 %
ORGANIGRAMME	Président Directeur général Directeur de l'antenne Direction des programmes Communication/Marketing Achats	Fabrice MOLLIER Christophe SOMMET Stéphane LANQUETIN Stéphanie GERTHOFFERT / Olivia GENTY Audrey TALIANOZZI Annabel GAIN

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	BISTV	NON	OUI à la carte
Câble	Numericable	OUI	NON
ADSL	Orange, Bouygues, Darty, SFR-Neuf	NON	OUI
	Free	NON	OUI à la carte
Mobile / 3G	Orange Mobile	NON	OUI

REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	**MOBILE** NON	**TABLETTE** NON
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Guadeloupe, Martinique / Tahiti Réunion / Guyane	Numericable / TNS Mediaserv, Parabole Réunion
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique Suisse, Luxembourg Monaco Maroc, Algérie, Tunisie	Belgacom, Be TV, Numericable, Telenet Naxoo, Cablecom, ESR, Numericable, Billi Monaco Telecom Maroc Telecom, Bouquet Canal Plus
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	**TELEVISEUR** Free, Numericable, Orange	
REGIE PUBLICITAIRE	TF1 Publicité 1, quai du Point du jour 92 656 Boulogne www.tf1pub.fr	Stéphane DEVERGIES sdevergies@tf1.fr 01 41 41 38 53

SYFY

76, Oxford House
W1D 1BS, Londres, Royaume-Uni
Tél/Fax : +44 207 631 28 33
www.syfy.fr

Société éditrice : SCI FI Channel Europe
Convention CSA : non
Création de la chaîne : 24/06/2005
Lancement de la chaîne : 02/12/2005
Forme juridique : L.L.C.

THEMATIQUE	Fiction
PUBLIC VISE	Tout public
PROGRAMMES PHARES	Le meilleur du cinéma fantastique : Hellboy, Watchmen, L'armée des 12 singes,… Les séries fantastiques 100 % inédites : Warehouse 13, Alphas, Haven, Sanctuary, Being Human…
ORGANIGRAMME	Directrice générale — Laurence DAWKIN-JONES

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat	OUI	NON
Câble	Numericable	OUI	NON
ADSL	CanalSat DSL	OUI	NON

DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	OUI	Canal Overseas
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique Suisse	Belgacom, Be TV, Numericable Naxoo, Cablecom, Suisse Netdream, CanalSat Suisse
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	**TELEVISEUR** CanalSat à la demande	**INTERNET** www.canalsatalademande.fr
REGIE PUBLICITAIRE	France Télévisions Publicité 64-70, avenue Jean-Baptiste Clément 92 100 Boulogne-Billancourt www.ftv-publicite.fr	Olivier DOUFFIAGUES olivier.douffiagues@ftv-publicite.fr

TCM

115/123, avenue Charles de Gaulle
92 200 Neuilly-sur-Seine
Tél/Fax : 01 72 25 00 00
www.tcmcinema.fr

Société éditrice : Turner Broadcasting System Europe Ltd.
Convention CSA : non
Lancement de la chaîne : 15/10/1999

THEMATIQUE	Cinéma	
PUBLIC VISE	15 ans et plus, amateurs de cinéma	
PRODUCTION Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2012	5 heures	
PROGRAMMATION Part de programmes inédits	3 %	
Part des différents genres de programmes	Cinéma	95 %
	Documentaires (interviews et émissions inclues)	5 %
ACTIONNAIRE(S)	TBS Inc.	100 %
ORGANIGRAMME	Président	Jaime ONDARZA
	Directeur général	Pierre BRANCO
	Directrice de l'antenne	Marika PUISEUX
	Communication / Marketing	Pauline TERRAMORSI
	Distribution	Guillaume COFFIN

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat	NON	OUI – Pack Séries Cinéma
Câble	Numericable	NON	OUI
ADSL	Free	NON	OUI à la carte
	Orange, SFR-Neuf, Bouygues, Darty	NON	OUI

REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	**MOBILE** NON	**TABLETTE** NON
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Antilles	CanalSat Caraïbes
	Guadeloupe	World satellite Guadeloupe
	Martinique	Martinique TV câble
	La Réunion	CanalSat Réunion, Mediaserv, SFR La Réunion, Mobius, Tahiti Nui Satellite
	Polynésie	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique	Belgacom, Betv, Numericable Belgique, Telsat, Billi
	Suisse	CanalSat Suisse, Naxoo, Swisscom, UPC, Arstelevision, Boisy, Net Dream
	Luxembourg	NC Luxembourg, Entreprise des postes et télécommunications
	Maroc	Maroc Telecom
	Nouvelle Calédonie	CanalSat Calédonie
	Sénégal	EXCAF Telecom
	Madagascar	Blueline
	Ile Maurice	Mauritius Telecom
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	**TELEVISEUR** Free, CanalSat, Numericable	**INTERNET** www.canalsatalademande

TÉLÉTOON+

5/13, boulevard de la République
92 100 Boulogne-Billancourt
Tél/Fax : 01 71 35 35 35 /27 92
www.teletoonplus.fr

Société éditrice : Multithématiques
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 24/10/1996
Forme juridique : S.N.C.

THEMATIQUE	Jeunesse	
PUBLIC VISE	6-10 ans	
ACTIONNAIRE(S)	Multithématiques	100 %
ORGANIGRAMME	Directeur général	Rodolphe BELMER
	Directeur général adjoint du pôle payant	Raphaël DE ANDREIS
	Directrice du pôle jeunesse	Laurence BLAEVOET
	Responsable éditoriale des pré-achats et coproductions	Sophie BOÉ
	Responsable des acquisitions	Géraldine SOTO
	Responsable de la programmation	Benoît TROUWAERT
	Responsable de la production (flux & animations antenne)	Nathalie LEFFRAY
	Responsable promotion partenariats	Nathalie HACHET
	Directrice de la communication programmes	Régine BILLOT
	Responsable communication	Delphine VAQUIER
	Attaché de presse	Elisabeth LEBOUT

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat	OUI	NON
Câble	Numericable, Valvision	NON	OUI – Offre Premium
ADSL	CanalSat DSL, Free, SFR-Neuf Darty, Bouygues, Orange	NON	OUI

DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Antilles	Le Câble Caraïbes
	Réunion	Parabole Réunion
	Polynésie	Tahiti Nui Satellite
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique	Be TV, Telesat
	Suisse	Canalsat, Naxoo, Cablecom, Swiscom
	Monaco	Monaco Telecom
	Afrique	CanalSat Afrique
	Maroc	Maroc Telecom
	Maurice Madagascar	Parabole Maurice Madagascar
REGIE PUBLICITAIRE	Canal+ Régie 5/13, boulevard de la République 92 100 Boulogne-Billancourt www.canalplusregie.com	Roger COSTE roger.coste@canal-plus.com 01 71 35 35 35

TÉVA

89, avenue Charles de Gaulle
92 200 Neuilly sur Seine
Tél/Fax : 01 41 92 73 73 / 58 95
www.teva.fr

Société éditrice : SEDI TV
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 01/10/1996
Lancement de la chaîne : 01/10/1996

Forme juridique : S.A.S.
Capital : 40 000 €
Effectif : 11

THEMATIQUE	Généraliste	
PUBLIC VISE	Femmes	
ACTIONNAIRE(S)	Groupe M6	100 %
ORGANIGRAMME	Président	Thomas VALENTIN
	Directrice générale	Catherine SCHÖFER
	Directeur de l'antenne	Yves LE SAVEANT
	Directrice des programmes	Charlotte GÉLIS
	Communication / Marketing	SOPHIE MICARD
	Production	Stéphanie SARTEL

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat	OUI	NON
Câble	Numericable	OUI	NON
ADSL	CanalSat DSL, Orange, SFR-Neuf, Bouygues Tel., Darty Tel., Auchan Tel., Virgin Box	OUI	NON
	Free, Alice	NON	OUI – disponible à la carte sur Free
Mobile / 3G	Orange Mobile	OUI	NON

DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Martinique, Guadeloupe, Guyane	Canal Overseas, MTVC, WSG
	Réunion	Canal Overseas, Parabole Réunion, ZEOP,
	Nouvelle-Calédonie	Canal Overseas
	Tahiti	OPT TNS

REGIE PUBLICITAIRE	M6 Publicité 89, avenue Charles de Gaulle 92 200 Neuilly-sur-Seine www.m6pub.fr	Frédérique REFALO 01 41 92 64 28

TF1

1, quai du Point du jour
92 656 Boulogne
Tél/Fax : 01 41 41 12 34
www.tf1.fr / www.groupe-tf1.fr

Société éditrice : TF1
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 26/04/1935
Lancement de la chaîne : 01/01/1975

Forme juridique : S.A.
Capital : 42 186 600,60 €
Effectif : 4 122

THEMATIQUE	Généraliste
PUBLIC VISE	Familial
PROGRAMMES PHARES	Fiction française : Nos chers voisins, Vive la colo, La croisière, Section de recherches, Camping Paradis, Clem, Doc Martin Fiction américaine : Mentalist, Docteur House, Esprits Criminels, Grey's Anatomy Magazines et divertissements : Danse avec les stars, Koh Lanta, 50 minutes Inside, Baby Boom, Les Enfoirés, MasterChef Sport : Téléfoot, Automoto, Matchs de l'équipe de France de football, Information : le JT de 13 heures et de 20 heures, 7 à 8

PROGRAMMATION
Part des différents genres de programmes

Fiction	30,6 %
Cinéma	12,3 %
Sport – y compris information sportive	14,6 %
Information	12,5 %
Jeux et divertissements	28,0 %
Jeunesse	2,0 %

ACTIONNAIRE(S)	Bouygues	43,6 %
	Autres France	19,9 %
	dont salariés : 6,2 %	
	dont autodétention : 0,05 %	
	Autres	36,5 %
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité	100 %

ORGANIGRAMME	Président	Nonce PAOLINI
	Directeur général	Jean-François LANCELIER
	Directrice de l'antenne	Elisabeth DURAND
	Directeur de la programmation	Thomas CROSSON
	Communication / Marketing	Frédéric IVERNEL
	Production	Philippe BALLAND
	Juridique	Sébastien FRAPIER
	Achats	Jean-Michel GRAS
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION	Disponible sur la TNT gratuite, le câble, le satellite, l'ADSL et les mobiles	
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	**TELEVISION** My TF1	**INTERNET** www.tf1.fr
REGIE PUBLICITAIRE	TF1 Publicité 1, quai du Point du jour 92 656 Boulogne www.tf1pub.fr	Martine HOLLINGER (Présidente) mho@tf1.fr 01 41 41 30 30

TF6

120, avenue Charles de Gaulle
92 522 Neuilly-sur-Seine Cedex
Tél/Fax : 01 55 62 66 66 /10
www.tf6.fr

payante

Société éditrice : TF6 Gestion
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 18/12/2000
Lancement de la chaîne : 18/12/2000

Forme juridique : S.C.S.
Capital : 80 000 €
Effectif : 36

THEMATIQUE	Généraliste	
PUBLIC VISE	15-34 ans	
PROGRAMMES PHARES	Cauet fait le tour, Gossip Girl, Supernatural, Les frères Scott, Nos plus belles images, Le plus grand fan, Télé-réalité leur nouvelle vie	
ACTIONNAIRE(S)	Groupe M6	50 %
	Groupe TF1	50 %
ORGANIGRAMME	Président	Jean-Michel COUNILLON
	Directeur général	Guillaume THOURET
	Directeur général délégué	Laurent de LORME
	Directrice de l'antenne	Anne-Laure FERRIE
	Directeur technique	Nicolas VIAULT
	Directeur des programmes	Franck PUSSET
	Responsable de la communication	Sophie FALLA
	Responsable des productions	Caroline ESKDALE
	Directrice juridique	Yasmine PILZ
	Responsable des acquisitions	Florent GELLIE
TNT	Payante	CanalSat

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat	OUI	NON
Câble	Numericable	OUI	NON
ADSL	CanalSat DSL	OUI	NON
Mobile / 3G	CanalSat et Numericable	OUI	NON

DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	OUI	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Afrique Subsaharienne Monaco, Andorre	CanalOverseas Africa, Multichoice Africa
REGIE PUBLICITAIRE	TF1 Publicité 1, quai du Point du jour 92 100 Boulogne www.tf1pub.fr	Stéphane DEVERGIES sdevergies@tf1.fr 01 41 41 12 34

TIJI

28, rue François Ier
75 008 Paris
Tél/Fax : 01 56 36 55 55 / 59
www.tiji.fr

Société éditrice : Canal J S.A.S.
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 15/12/2000
Lancement de la chaîne : 15/12/2000
Forme juridique : S.A.S.

THEMATIQUE	Jeunesse	
PUBLIC VISE	3-6 ans	
ACTIONNAIRE(S)	Lagardère Active	100 %
ORGANIGRAMME	Président	Antoine VILLENEUVE
	Directrice des programmes	Caroline ADELUS
	Directeur de la communication	Nicolas HUBERMAN
	Directrice de la production	Magali TORRICE-VINCON
	Directrice des ressources humaines	Véronique ROBERT
	Directrice des achats	Julia TENRET

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat	OUI	NON
Câble	Numericable	OUI	NON
	Régies locales	OUI	OUI
ADSL	CanalSat DSL	OUI	NON
Mobile / 3G	CanalSat Mobile	OUI	NON

DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	OUI	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique, Suisse, Afrique, Bosnie, Croatie, Liban, Luxembourg, Macédoine, Portugal, Slovénie, Maghreb	
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	**TELEVISEUR**	**INTERNET**
	CanalSat à la demande	www.canalsatalademande.fr
REGIE PUBLICITAIRE	Lagardère Publicité 10, rue Thierry Le Luron 92 300 Levallois Perret	Clément TEZENAS du MONTCEL 01 41 34 60 00 www.lagardere-pub.com

TMC

6 bis, quai Antoine Ier
98 000 Monaco
Tél/Fax : +377 93 15 14 15 / 14 36
www.tmc.tv

Société éditrice : Télé Monte Carlo
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 19/11/1954
Lancement de la chaîne : 19/11/1954

Forme juridique : S.A. Monégasque
Capital : 25 166 475 €
Effectif : 47

THEMATIQUE	Généraliste	
PUBLIC VISE	Tout public	
PROGRAMMES PHARES	Les Mystères de l'amour, Downton Abbey, American Wives, 90'Enquêtes, Ma drôle de vie, Quand la musique est bonne, Fan des années...	
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Fiction	49,4 %
	Cinéma	4,0 %
	Documentaires - Magazines	14,9 %
	Divertissements	7,3 %
	Autres	23,1 %
	Information	0,9 %
ACTIONNAIRE(S)	Groupe TF1	80 %
	Etat de Monaco	20 %
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité	94 %
	Autres ressources	6 %
ORGANIGRAMME	Président	Jean PASTORELLI
	Directrice générale	Caroline GOT
	Directeur de l'antenne et des programmes	Vincent BROUSSARD
	Communication / Marketing	Karine MARTIN LAPRADE
	Directeur de la diffusion	Olivier MERCIER
	Juridique	Stéphane STRATIGEAS
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION	Disponible sur la TNT gratuite, le câble, le satellite, l'ADSL et les mobiles	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	**MOBILE** OUI	**TABLETTE** OUI
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Réunion, Mayotte, Guyane, Nouvelle Calédonie, Martinique, Guadeloupe	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	OUI	
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	**TELEVISEUR** Bouygues Telecom, SFR, Orange	**INTERNET** www.tmc.tv
REGIE PUBLICITAIRE	TMC Régie 20-26 Boulevard du Parc 92 200 Neuilly-sur-Seine	01 79 62 17 00 www.tmcregie.fr

TOUTE L'HISTOIRE

132, avenue du président Wilson
BP 95
93 213 La Plaine Saint-Denis cedex
Tél/Fax : 01 49 22 20 01 / 22 35
www.toutelhistoire.com

Société éditrice : AB Sat
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 02/04/1996
Forme juridique : S.A.S.
Capital : 24 000 000 €

THEMATIQUE	Documentaire	
PUBLIC VISE	35-59/60 et plus	
PROGRAMMES PHARES	Napoléon, Des femmes dans la mafia, Il était une fois, Les Icones du rock	
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Documentaires - Magazines	100 %
ACTIONNAIRE(S)	Groupe AB S.A.	100 %
ORGANIGRAMME	Président Directeur général Directeur de l'antenne Directeur des programmes Communication / Marketing Production	Jean-Michel FAVA Denis BORTOT Jean-Sébastien BRUNIE Richard MAROKO Gregg BYWALSKI Virginia SUBRAMANIYAM

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Canal Sat	OUI	NON
	BIS TV	NON	OUI - Panorama
	Orange	NON	OUI - Extra
Câble	Numericable	NON	OUI - Pass Emotion
ADSL	Free	NON	OUI - Tout AB
	SFR-Neuf	NON	OUI - Grand Spectacle
	Darty	NON	OUI - Privilège Emotion
	Bouygues	NON	OUI - Etendu
	Orange	NON	OUI - Extra

REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	**MOBILE** OUI	**TABLETTE** OUI
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	OUI	
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	OUI	
REGIE PUBLICITAIRE	REGIS PUB 132, avenue du président Wilson BP 95 93 213 La Plaine Saint-Denis Cedex www.regispub.com	Gregg BYWALSKI gregg.bywalski@groupe-ab.fr 01 49 17 24 73

TRACE AFRICA

73, rue Henri Barbusse
92 110 Clichy
Tél/Fax : 01 77 68 05 20 / 21
www.trace.tv

Société éditrice : TRACE TV S.A.
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 01/10/2011
Lancement de la chaîne : 01/10/2011
Forme juridique : S.A.
Capital : 1 000 000 €
Effectif : 50

THEMATIQUE	Musicale	
PUBLIC VISE	Familial - Les 15-49 ans et tous les amateurs de musique africaine	
PROGRAMMES PHARES	Hits, Planète Mode	
PROGRAMMATION		
Part de programmes inédits	Plus de 480 heures fraîches par an dont 80 % inédites et exclusives. Plus de 80 % en HD native.	
Part des différents genres de programmes	Spectacle vivant	10 %
	Vidéoclips	80 %
	Documentaires - Magazines	10 %
ACTIONNAIRE(S)	Trace Partners S.A.S.	100 %
SOURCES DE FINANCEMENT	Abonnement	100 %
ORGANIGRAMME	Cofondateur – PDG	Olivier LAOUCHEZ
	Directeur général adjoint	Antoine MICHEL
	Directeur d'antenne	Nicolas DUROY
	Directrice marketing et communication	Valérie GILLES-ALEXIA
	Directeur technique et production	Rodolphe HURET
	Directrice administration et financière	Hanane TAZI

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
ADSL	SFR-Neuf, Orange, Free, Bouygues	NON	OUI – Bouquet africain

REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	**MOBILE**	**TABLETTE**
	NON	NON
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	NON	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Afrique francophone	CanalSat
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	NON	
REGIE PUBLICITAIRE	TRACE MARKETING SOLUTIONS 73, rue Henri Barbusse 92 110 Clichy www.trace.tv	Virginie KONE vkone@trace.tv 01 77 68 05 20

TRACE TROPICAL

73, rue Henri Barbusse
92 110 Clichy
Tél/Fax : 01 77 68 05 20 / 21
www.trace.tv

Société éditrice : TRACE TV S.A.
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 10/02/2009
Lancement de la chaîne : 10/02/2009
Forme juridique : S.A.

THEMATIQUE	Musicale	
PUBLIC VISE	20-49 ans et tous les amateurs de musique tropicale	
PROGRAMMES PHARES	Les Tops, Les Hits, Focus	
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Spectacle vivant / Vidéoclips Documentaires	90 % 10 %
ACTIONNAIRE(S)	Trace Partners SAS	100 %
SOURCES DE FINANCEMENT	Abonnement Publicité Autres	65 % 15 % 20 %
ORGANIGRAMME	Cofondateur – PDG Directeur général adjoint Directeur d'antenne Directrice marketing et communication Directeur technique et production Directrice administration et financière	Olivier LAOUCHEZ Antoine MICHEL Nicolas du ROY Valérie GILLES-ALEXIA Rodolphe HURET Hanane TAZI

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat	OUI	NON
Câble	Numericable	OUI	NON
ADSL	SFR, Orange, Free, Darty, Bouygues	NON	OUI
Mobile / 3G	Orange Mobile, SFR	NON	OUI

REGIE PUBLICITAIRE	TRACE MARKETING SOLUTIONS 73, rue Henri Barbusse 92110 Clichy www.trace.tv	Virginie KONE 01 77 68 05 43

TRACE URBAN

73, rue Henri Barbusse
92 110 Clichy
Tél/Fax : 01 77 68 05 20 / 21
www.trace.tv

Société éditrice : TRACE TV S.A.
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 27/04/2003
Lancement de la chaîne : 27/04/2003
Forme juridique : S.A.

THEMATIQUE	Musical	
PUBLIC VISE	15-34 ans et tous les amateurs de musiques urbaines	
PROGRAMMES PHARES	Les Hits, Guest Star, Les Tops, Focus	
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Spectacle vivant / Vidéoclips Documentaires	95 % 5 %
ACTIONNAIRE(S)	Trace Partners SAS	100 %
SOURCES DE FINANCEMENT	Abonnement	100 %
ORGANIGRAMME	Cofondateur – PDG Directeur général adjoint Directeur d'antenne Directrice marketing et communication Directeur technique et production Directrice administration et financière	Olivier LAOUCHEZ Antoine MICHEL Nicolas du ROY Valérie GILLES-ALEXIA Rodolphe HURET Hanane TAZI

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat	OUI	NON
Câble	Numericable	OUI	NON
ADSL	SFR, Orange, Free, Darty, Bouygues	NON	OUI
Mobile / 3G	Orange Mobile, SFR	NON	OUI

REGIE PUBLICITAIRE	France Télévisions Publicité 64-70, avenue Jean-Baptiste Clément 92 641 Boulogne-Billancourt www.ftv-publicite.fr	Nathalie CLEMENCEAU 01 56 22 63 45

TV5 MONDE

131, avenue de Wagram
75 017 Paris
Tél/Fax : 01 44 18 55 55 / 10
www.tv5monde.com

Société éditrice : TV5Monde
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 01/01/1984
Lancement de la chaîne : 01/01/1984
Forme juridique : S.A.
Capital : 137 200 €
Effectif : 300 ETP

THEMATIQUE	Chaîne généraliste francophone mondiale	
PUBLIC VISE	Grand public, francophone et francophile	
PROGRAMMES PHARES	Kiosque, Internationales, L'Invité, Merci Professeur !, Acoustic, Maghreb Orient Express	
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Fiction	11,8 %
	Cinéma	8,1 %
	Documentaires - Magazines	46,2 %
	Animation et vidéoclip	3,7 %
	Sport y compris information sportive	2,4 %
	Information	20,4 %
	Jeux et divertissements	7,4 %
ACTIONNAIRE(S)	Audiovisuel extérieur de la France	49,0 %
	France Télévisions	12,6 %
	RTBF	11,1 %
	SSR	11,1 %
	Télé Québec & Radio Canada	11,1 %
	Arte France	3,3 %
	INA	1,8 %
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité	3,90 %
	Abonnement	6,25 %
	Autres ressources	89,85 %
ORGANIGRAMME	Présidente du Conseil d'Administration	Marie-Christine SARAGOSSE
	Directeur général	Yves BIGOT
	Secrétaire général	Thomas DEROBE
	Directrice de la gestion et des finances	Liliane DELASSAUSSE
	Directeur de l'information	André CRETTENAND
	Direction des programmes	Frédérick-Louis BOULAY
	Directeur marketing / distribution	Jean-Luc CRONEL
	Directeur des nouveaux médias	Gil FERRAND
	Directrice de la communication	Agnès BENAYER

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat / TNT Sat / Fransat	OUI	NON
Câble	Numericable	OUI	NON
ADSL	Free, Alice, Darty, SFR, Orange, Bouygues	OUI	NON
Mobile / 3G	SFR, Orange, Bouygues	OUI	NON

DIFFUSION HORS DE FRANCE	Plus de 200 pays	
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	**TELEVISEUR** TV5Monde + Free	**INTERNET** www.tv5mondeplus.com
REGIE PUBLICITAIRE	France Télévisions Publicité 64, avenue Jean-Baptiste Clément 92 100 Boulogne-Billancourt www.ftv-publicite.fr	Pauline de CARDES pauline.decardes@ftv-publicite.fr 01 55 22 62 00

TV BREIZH

Quai du Péristyle
56 324 Lorient Cedex
Tél/Fax : 02 97 35 01 00 / 10
www.tvbreizh.fr

Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 01/09/2000
Lancement de la chaîne : 01/09/2000
Forme juridique : S.A.

THEMATIQUE	Généraliste	
PUBLIC VISE	Tout public	
ACTIONNAIRE(S)	TF1 Thématique	100 %
ORGANIGRAMME	Président	Fabrice MOLLIER
	Directeur de l'antenne	Pascal VERMET
	Directeur des programmes	Julien GRANGE
	Communication/Marketing	Stéphane DUBOIS
	Ressources humaines	Sophie PEREZ
	Achats	Nathalie BIANCOLLI
	Secrétaire générale	Isabelle RAFFAULT

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat	OUI	NON
Câble	Numericable, ZEOP	OUI	NON
ADSL	CanalSat DSL	OUI	NON
Mobile / 3G	CanalSat Mobile, Orange Mobile	OUI	NON

DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	OUI	CanalSat Caraïbes, Parabole Réunion
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique, Suisse	
REGIE PUBLICITAIRE	TF1 Publicité 1, quai du Point du jour 92 656 Boulogne www.tf1pub.fr	Yann CALLENS ycallens@tf1.fr 01 41 41 11 57

USHUAÏA TV

1, quai du Point du jour
92 656 Boulogne
Tél/Fax : 01 41 41 12 34 / 40 38
www.ushuaiatv.fr

Société éditrice : Ushuaïa TV
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 01/12/2004
Lancement de la chaîne : 14/03/2005

Forme juridique : S.A.S.
Capital : 10 000 €
Effectif : 11

THEMATIQUE	Documentaire	
PUBLIC VISE	Tout public	
PROGRAMMES PHARES	Passage au vert ; Enquêtes d'Ushuaïa TV, Garden Party ; Ushuaïa Nature	
PRODUCTION Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2011	50 heures	
PROGRAMMATION Part de programmes inédits Part des différents genres de programmes	80 % Cinéma Documentaires - Magazines	 5 % 75 % - 20 %
ACTIONNAIRE(S)	Groupe TF1	100 %
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité Abonnement	10 % 90 %
ORGANIGRAMME	Président Directeur général Directeur de l'antenne Directrice des programmes Communication / Marketing Achats	Fabrice MOLLIER Christophe SOMMET Stéphane LANQUETIN Stéphanie GERTHOFFERT Neary MAM Magalie SEGUIN / Annabel GAIN

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat Orange	OUI - Panorama	OUI - Famille
Câble	Numericable	NON	OUI - Pass découverte
ADSL / fibre	CanalSat DSL, Bouygues, SFR, Orange, Bytel, Darty, Virgin	NON	OUI - Famille, Etendu
Mobile / 3G	CanalSat Mobile, Bouygues, Orange, SFR	NON	OUI

DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Martinique, Guadeloupe, La Réunion	Numericable, SFR, ZEOP, Mediaserv, Go TV, Internet NC
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique, Suisse, Luxembourg Afrique	Belgacom, Numericable, Telenet, Telesat, Billi, Be TV, Naxoo Cablecom, ESR, Voo, CanalSat, Numericable, Teleclub, CityTV, Netbox Maroc Telecom, Blueline
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	**TELEVISEUR** CanalSat, Numericable, Orange, SFR, Bytel	**INTERNET** www.canalsatalademande.fr
REGIE PUBLICITAIRE	TF1 Publicité 1, quai du Point du jour 92 656 Boulogne www.tf1pub.fr	Stéphane DEVERGIES sdevergies@tf1.fr 01 41 41 12 34

VIVOLTA

27, boulevard Hippolyte Marquès
94 200 Ivry-sur-Seine
Tél/Fax : 01 58 68 62 62 / 55
www.vivolta.com

Société éditrice : Télévista
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 10/12/2007
Lancement de la chaîne : 10/12/2007

Forme juridique : S.A.
Capital : 815 115,60 €
Affectif : 12

THEMATIQUE	Art de vivre	
PUBLIC VISE	Femmes	
ACTIONNAIRE(S)	Discovery	20 %
	A Plus Finance	22 %
	Audacia	20 %
	Altice XV	4 %
	Fondateurs, management et autres	34 %
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité	18 %
	Abonnement	66 %
	Autres ressources	16 %
ORGANIGRAMME	Président d'honneur	Philippe GILDAS
	Président Directeur Général	Gaspard de CHAVAGNAC
	Directrice générale déléguée	Myriam DUTEIL
	Directrice administrative et financière	Anna PUGACEWICZ

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat	OUI	NON
Câble	Numericable, Vialis	OUI	NON
ADSL	Orange	NON	OUI - Extra
	SFR	NON	OUI - Sélection, Spectacle
	Free	OUI	NON
Mobile/3G	Virgin Mobile	NON	OUI

DIFFUSION HORS DE FRANCE	Suisse	CanalSat, Naxoo, Cablecom, Swisscom, Netdream
	Luxembourg	TéléSat
	Belgique	BE TV, Numericable, TéléSat
	Monaco	Monaco Telecom
REGIE PUBLICITAIRE	France Télévisions Publicité 64-70, avenue Jean-Baptiste Clément 92 100 Boulogne-Billancourt www.ftv-publicite.fr	Nathalie CLEMENCEAU nathalie.clemenceau@ftv-publicite.fr 01 55 22 62 89

VOYAGE

241, boulevard Pereire
75 017 Paris
Tél/Fax : 01 58 05 09 59 20
www.voyage.fr

Société éditrice : VOYAGE S.A.S.
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 31/05/1996
Lancement de la chaîne : 31/05/1996

Forme juridique : S.A.S.
Capital : 37 779,10 €
Effectif : 33

THEMATIQUE	Documentaire	
PUBLIC VISE	Tout public	
PROGRAMMES PHARES	Un billet de train pour…, Une folle journée, Hotel Inspector	
PRODUCTION Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2012	223 heures	
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Documentaires – Magazines Jeux et divertissements	94 % 6 %
ACTIONNAIRE(S)	Fox International Channels (UK) Ltd.	100 %
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité Abonnement Autres ressources	18 % 61 % 21 %
ORGANIGRAMME	Président Directeur de l'antenne Directrice des programmes Juridique Directrice financière	Frédéric CHEVANCE Sylvain MERLE Isabel CARASCO Daphné OLIVARI Christelle RYSER

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat	OUI	NON
Câble	Numericable, Naxoo	OUI	NON
ADSL	CanalSat DSL	OUI	NON
Mobile / 3G	CanalSat Mobile	NON	OUI

REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	**MOBILE** NON	**TABLETTE** NON
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Antilles et Guyane françaises, Haïti, République Dominicaine, Trinidad, Tobago Nouvelle Calédonie, Wallis et Futuna, Fiji, Vanuatu, Tonga, Australie Iles de la Réunion, de Mayotte, Maurice, Madagascar, Seychelles, Comores	Canalsatellite Caraïbes Canal+ Calédonie Canal+ Réunion
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique Suisse	Belgacom Naxoo
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	**TELEVISEUR** CanalSat à la demande	**INTERNET** www.canalsatalademande.fr
REGIE PUBLICITAIRE	France Télévisions Publicité 64, avenue Jean-Baptiste Clément 92 641 Boulogne www.ftv-publicite.fr	Bruno BELLIAT bruno.belliat@ftv-publicite.fr 01 56 22 65 44

W9

89, avenue Charles de Gaulle
92 575 Neuilly-sur-Seine
Tél/Fax : 01 41 92 73 73 / 66 99
www.w9.fr

Société éditrice : M6
Convention CSA : oui
Lancement de la chaîne : 31/03/2005

Forme juridique : S.N.C.
Capital : 40 000 €
Effectif : 15

THEMATIQUE	Musicale	
PUBLIC VISE	Tout public – Jeunes adultes	
PROGRAMMES PHARES	Les Chti's à Ibiza, Les Ch'tis à Mykonos, Les Marseillais à Miami, Spartacus, La belle et ses Princes, Génération Hit Machine, Enquête d'action, W9 Home Concerts, Glee Starfloor…	
ACTIONNAIRE(S)	M6	100 %
ORGANIGRAMME	Président Directeur général Responsable des programmes de flux Responsable de la programmation et de l'antenne Responsable de l'antenne Directeur de la communication Responsable presse Attachée de presse Responsable communication Responsable communication nouveaux médias Responsable artistique Ressources humaines	Thomas VALENTIN Frédéric de VINCELLES Pierre-Guillaume LEDAN Marie LOISEL Karen KABALO Guillaume TURIN Julie GRESSANI Cindy DE OLIVEIRA Emmanuelle COHEN José VIRGILI Jean-Marie JULHES Sébastien FABLET
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION	Disponible sur la TNT gratuite, le câble, le satellite, l'ADSL et les mobiles.	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	**MOBILE** W9 Replay	**TABLETTE** W9 Replay
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Martinique, Guadeloupe, Réunion, Guyane, Nouvelle-Calédonie, Tahiti	Canal Overseas, Orange, Outre Mer Telecom, Autres
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique, Suisse	
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	**TELEVISEUR** W9 Replay	**INTERNET** W9Replay.fr
REGIE PUBLICITAIRE	M6 Publicité 89, avenue Charles de Gaulle 92 200 Neuilly sur Seine www.m6pub.fr	Frédérique REFALO frederique.refalo@m6.fr 01 41 92 26 48

XXL

132, avenue du président Wilson
BP 95
93 213 La Plaine Saint-Denis cedex
Tél/Fax : 01 49 22 20 01 / 22 35
www.xxltv.fr

Société éditrice : AB Sat
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 02/04/1996
Forme juridique : S.A.S.
Capital : 24 000 000 €

THEMATIQUE	Adulte	
PUBLIC VISE	Adulte	
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Cinéma Documentaires - Magazines	95 % 5 %
ACTIONNAIRE(S)	Groupe AB S.A.	100 %
ORGANIGRAMME	Président Directeur général Directeur de l'antenne Directeur des programmes Communication / Marketing	Jean-Michel FAVA Denis BORTOT Franck LEGRAND Richard MAROKO Gregg BYWALSKI

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat, Orange	NON	OUI - Adulte
	BIS TV	NON	OUI - Night
Câble	Numericable	NON	OUI - Adulte, Emotion
ADSL	Orange, SFR-Neuf	NON	OUI - Adulte
	Free	NON	OUI - Cinéchoc
	Bouygues	NON	OUI - Adulte, Grand Cinéma
	Darty	NON	OUI - Emotion, XXL
Mobile / 3G	Orange Mobile,	NON	OUI
	SFR Mobile	NON	OUI

REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	**MOBILE** OUI	**TABLETTE** OUI
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	OUI	
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	OUI	
REGIE PUBLICITAIRE	REGIS PUB 132, avenue du président Wilson BP 95 93 213 La Plaine Saint-Denis cedex www.regispub.com	Gregg BYWALSKI gregg.bywalski@groupe-ab.fr 01 49 17 24 73